

# PUBLICIDAD PARA UNA HISTORIA

 EMPRESAS **Gasco**



COMPañIA DE  
**CONSUMIDORES DE GAS** DE  
*Santiago S<sup>to</sup> Domingo 1061.*

Vende quemadores completos para luz incandescente á precios mui bajos. Estos quemadores son adaptables á toda clase de lámparas i la compañía los coloca sin gravámen para el propietario.  
Dan más del doble en poder alumbrante con relacion á los quemadores antiguos, i el gasto de gas no pasa de dos centavos i cuarto por hora i por luz.

  
FUNDACIÓN  
**GASCO**

# PUBLICIDAD PARA UNA HISTORIA



Ediciones Fundación GASCO  
Santo Domingo 1061, Santiago, Chile  
<http://www.fundaciongasco.cl>  
Publicidad para una historia  
Empresas GASCO

© Inscripción N° 2021-A-4281  
Mayo 2021  
ISBN N° 978-956-8501-04-4  
Primera edición  
Producido por Pie de Texto Consultores & Editores

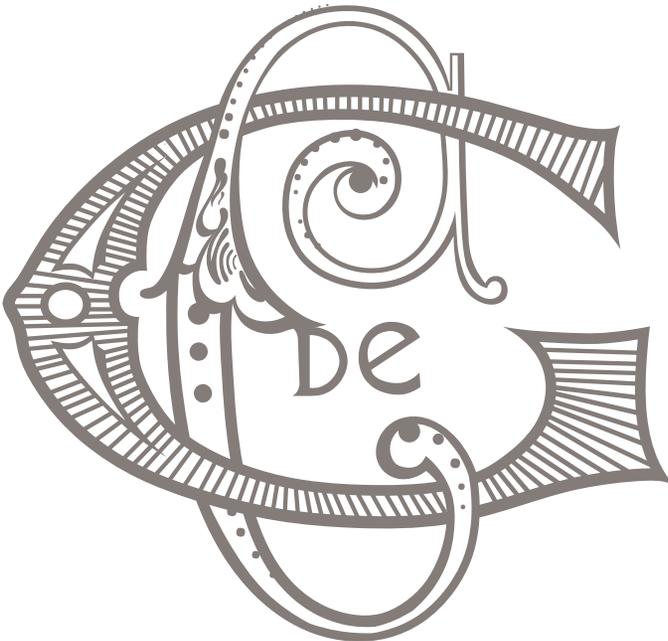
Edición general: Paz María Ricart  
Coordinación general: Karla Álvarez, Raimundo Martín  
Investigación: Pedro Álvarez, Elisa Silva, Constanza Rodríguez, Pablo Cisternas, Katherine Barter, Josefina Vidal, Francisco de Segovia  
Textos: Pedro Álvarez, Sandra Novoa  
Diseño: Pedro Álvarez, Karen Angulo  
Impresión: Ograma

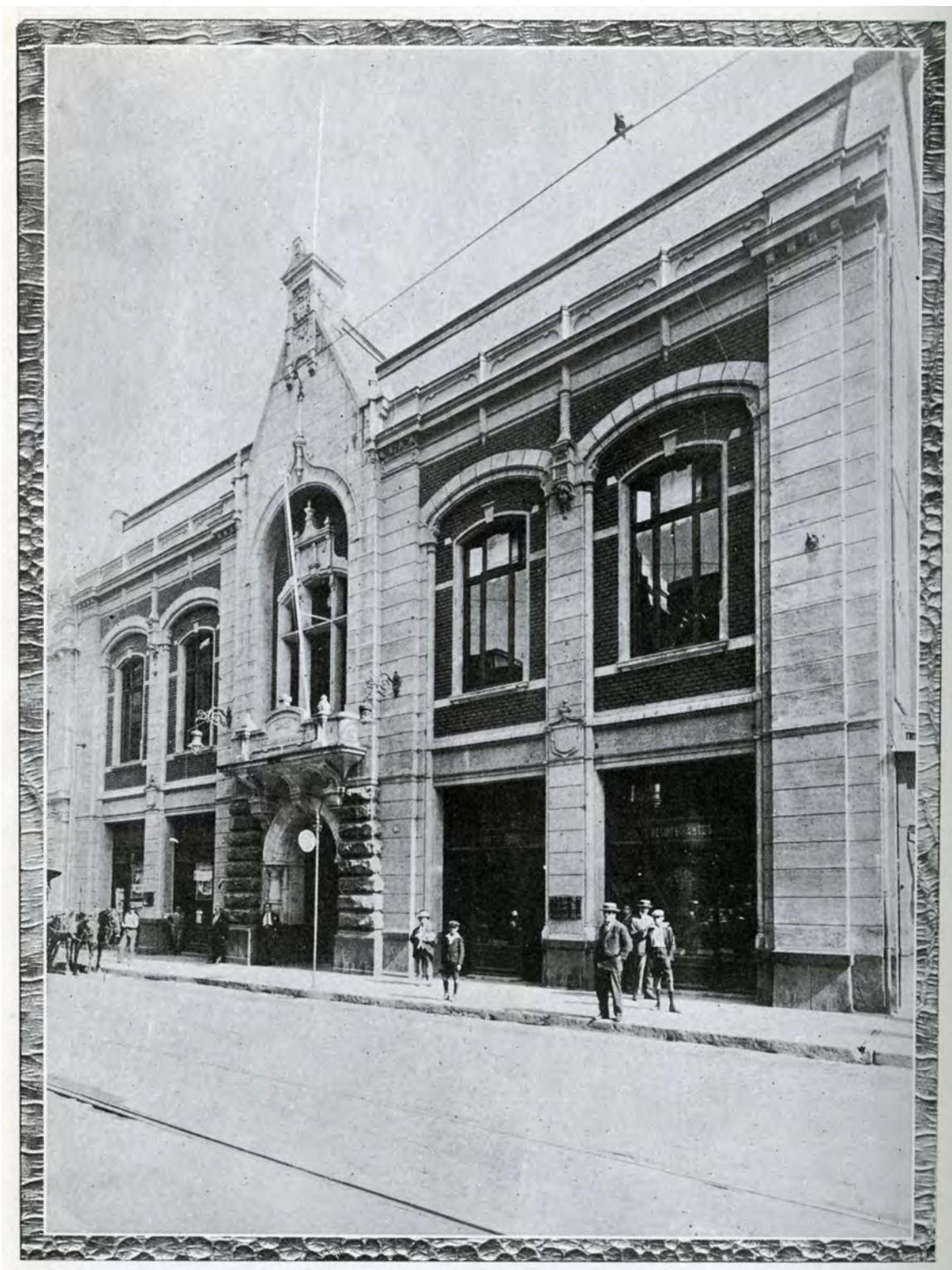
Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida de manera alguna ni por cualquier procedimiento, ni distribuida al público mediante venta, o cualquier otra transferencia de propiedad del original o de los ejemplares de su obra sin autorización de Fundación GASCO.

El proyecto de investigación y edición de este libro formaron parte del proyecto "Imagen e historia de una marca chilena" organizado por Fundación GASCO y patrocinado por la Ley de Donaciones Culturales.

Patrocinan:







Fachada edificio corporativo  
Empresas GASCO, Santo  
Domingo 1061. Fotografía de 1920.  
Archivo Patrimonial GASCO.

## ÍNDICE

	Presentación	07
	Cronología de la marca	10
<b>Capítulo 1</b>	Del alumbrado público a la iluminación domiciliaria (1856 - 1909)	13
<b>Capítulo 2</b>	A la conquista los hogares: los artefactos domésticos (1910 - 1940)	35
<b>Capítulo 3</b>	Gas licuado: energía innovadora (1941 - 1970)	69
<b>Capítulo 4</b>	La expansión territorial y los nuevos negocios (1971 - 2000)	121
<b>Capítulo 5</b>	De los multiservicios a las soluciones energéticas (2001 - 2021)	151
<b>Anexo</b>	Empresas filiales y coligadas históricas	188



Fachada edificio corporativo de Empresas GASCO, Santo Domingo 1061. Fotografía de 2017.

Archivo Patrimonial GASCO.

## PRESENTACIÓN

A lo largo de sus casi 165 años Empresas GASCO -originalmente llamada Compañía de Gas de Santiago, luego Compañía de Consumidores de Gas de Santiago y más tarde GASCO S.A.- se ha destacado no sólo como una de las compañías más antiguas de Chile, innovadora en la introducción de novedosos energéticos para el uso en industrias y hogares, sino también porque ha logrado posicionar su marca como proveedor líder de soluciones energéticas en base a gas.

A través de este libro queremos invitarlos a recorrer la evolución del relato de nuestra marca y el aporte a la historia de lo que en los inicios de esta compañía se llamaba propaganda y años después pasó a denominarse publicidad, que es también un fiel registro de cómo han ido cambiado las necesidades, hábitos de consumo y aspiraciones de los chilenos en el último siglo y medio.

Desde los avisos tipo letrero con que en la década de 1860 nuestra compañía anunciaba en los diarios la llegada de «un surtido completo de arañas i útiles de todas clases para el alumbrado de gas», hasta las campañas actuales en redes sociales, la empresa ha demostrado su capacidad para comunicarle a sus distintos públicos y traducir sus requerimientos en productos y servicios innovadores que les faciliten la vida y el desarrollo de sus negocios.

En estas páginas podrán conocer cómo el gas carbónico permitió una iluminación limpia inicialmente para las calles y luego para las casas de la capital, mejorando ostensiblemente la calidad de vida de los santiaguinos. Más tarde, el gas incandescente que dio paso a la venta masiva de cocinas, calefactores, termos de agua para baño (antecesores de los calefones) y hasta refrigeradores a gas con los que la compañía fue conquistando espacio en los hogares, pues eran las comodidades de la modernidad.

Desde el regalo de recetarios y los cursos de economía doméstica gratuitos para vender más cocinas; el uso de la flota de reparto de artefactos y luego de cilindros como plataforma publicitaria, pasando por las distintas experiencias de co-branding



Fundadores de la compañía, que  
inició sus operaciones en 1856.  
Archivo Patrimonial GASCO.

José Tomás Urmeneta



Maximiano Errázuriz



Adolfo Eastman

para captar clientes, hasta el lanzamiento de la aplicación Gasconnect, la diversificación de sus usos y la actual complementación con otras energías renovables como la solar están contenidos en este repaso.

Con orgullo podemos afirmar que Empresas GASCO S.A., desde mediados del siglo XIX, ha sido un protagonista en el desarrollo de soluciones energéticas para los habitantes de Chile, y naturalmente ha adquirido un rol protagónico en el sector energético de nuestro país, siempre presente y atentos a satisfacer las necesidades de clientes, proveedores y la sociedad en general.

Los invitamos a recorrer estas páginas que buscan dejar un testimonio de cómo esta empresa a través de una publicidad creativa, original y por sobre todo ética, ha promocionado lo que es Empresas GASCO: experiencia, eficiencia, buen servicio y energía sustentable, que a diario transforma proyectos en realidad y que llega a sus clientes a través de una publicidad orientada a mostrar los atributos de su oferta y la experiencia de su servicio en forma directa y empática.

**Matías Pérez Cruz**

Presidente

Fundación GASCO

## CRONOLOGÍA DE LA MARCA

1900



1930



1950



1960



1992

2017

2020



**Razón social**

Compañía de Gas de Santiago S.A.	1865-1887
Compañía de Consumidores de Gas de Santiago S.A.	1887-2000
GASCO S.A.	2000-2017
Empresas GASCO S.A.	2017-
GASCO Inversiones S.A.*	2020-

\*GASCO Inversiones S.A. sociedad que nace de una reestructuración corporativa de Empresas GASCO S.A., con el objetivo de conservar inversiones y activos, principalmente inmobiliarios, no dedicados al negocio energético.



Título de una acción de la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago de febrero de 1892, impreso en la litografía de los hermanos Pedro y Eduardo Cadot. Archivo Patrimonial GASCO.

## Capítulo 1

### DEL ALUMBRADO PÚBLICO A LA ILUMINACIÓN DOMICILIARIA (1856-1909)

La historia de Empresas GASCO se inició en 1856 en Santiago de Chile. A partir de entonces, y durante más de un siglo y medio, su trayectoria se ha mantenido a la vanguardia tanto de la industria del gas y de la energía, como de la publicidad. Su origen se vincula a la iniciativa pionera para iluminar con lámparas a gas hidrógeno las calles céntricas de la capital en reemplazo del uso de aceite de esperma, emprendida por José Tomás Urmeneta junto a sus yernos Maximiano Errázuriz y Adolfo Eastman, quienes se adjudicaron la licitación municipal para tales efectos. El contrato iba acompañado de una ley que les otorgaba el privilegio de prestar el servicio, en forma exclusiva, por un período de 30 años e implicaba instalar una fábrica de gas, un sistema de cañerías para abastecer a edificios y casas; la instalación de 600 faroles en veredas y plazas y proveer de iluminación exterior e interior al Teatro Municipal de Santiago que estaba en construcción. Este adelanto -desarrollado en Europa y con el que ya contaban Copiapó y Valparaíso- era demandado por la sociedad capitalina.

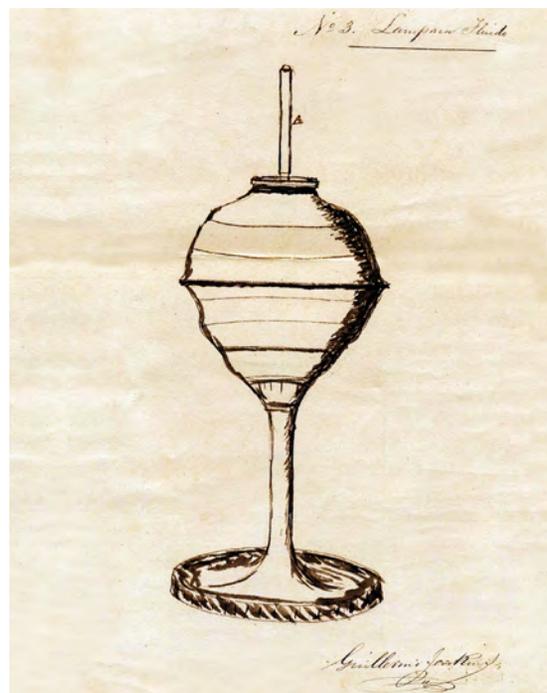
El 17 de septiembre de 1857 se dió inicio al servicio de alumbrado público a gas iluminando el Teatro Municipal, en su noche inaugural, ceremonia encabezada por el Presidente de la República, Manuel Montt, con la presentación de la ópera «Ernani» de Giuseppe Verdi. Este hecho constituyó un acto central de las celebraciones de la Independencia chilena el 18 de septiembre de ese año. Tanto la prensa como las autoridades la consideraron una señal de progreso nacional y una prueba del éxito de Chile como país moderno que marchaba «a la cabeza de la civilización sudamericana».<sup>1</sup>

Poco después, en las páginas del periódico *El Ferrocarril*, la Compañía de Gas de Santiago ponía en conocimiento al público sobre «un surtido completo de arañas y útiles de todas clases para el alumbrado de gas»,<sup>2</sup> iniciando su vínculo con la comunidad a través del avisaje en prensa para dar cuenta de sus servicios, productos y de las ventajas técnicas de su tecnología.

Durante la segunda mitad del siglo XIX, la compañía utilizó insertos y anuncios en los periódicos -principal forma de comunicación con el público alfabetizado- para informar

#### Primeros antecedentes

Dibujo de lámpara a gas patentada en 1852 por Guillermo Jenkins, comerciante y empresario inglés. Archivo: Instituto Nacional de Propiedad Industrial.



### Intentos de diseño gráfico en el avisaje de la compañía en sus inicios

Aviso de estufas económicas a gas publicado en el periódico *El Ferrocarril*, 18 de mayo, 1865.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



**Tienen a venta**  
estufas económicas para cocinas; también estufas de todo tamaño para piezas  
**DIMALOW I LONGTON.**  
1039—Mayo 4—927.

The advertisement features a woodcut-style illustration of a gas stove on the left side. The text is arranged in a formal, centered layout with varying font sizes and weights to emphasize key information. The entire advertisement is enclosed in a simple rectangular border.

de los avances y atributos de su oferta, como la disponibilidad de cocinas más económicas que las a carbón y leña. En tiempos de la Colonia habían sido los pregoneros quienes actuaron como intermediarios de la compra y algunos productos dispusieron de un «timbre real» para garantizar su circulación. Más tarde, con la consolidación de la República de Chile en términos económicos y sociales, se forjaron gradualmente los cimientos de la publicidad comercial durante el último tercio del siglo, instancia que activó el sistema de producción-consumo a nivel local.

Por otro lado, el avisaje ofreció a la prensa un ingreso adicional que ayudaba a solventar los gastos operacionales. La progresiva incorporación de lectores fue incrementando el interés de los anunciantes, quienes vieron la oportunidad de acceder a un mayor número de potenciales clientes. Los periódicos *El Ferrocarril* y *El Mercurio* fueron los principales medios que se ocuparon de difundir el fenómeno de la introducción del gas, mediante avisos y notas que daban cuenta de las ventajas del uso de esta nueva tecnología. Mientras las cañerías de gas comenzaban a expandirse por los barrios del centro de Santiago, en la prensa se anunciaba el arriendo de viviendas premunidas de este novedoso fluido energético.

En 1865 la empresa, entonces denominada Urmeneta e Eastman, se transformó en sociedad anónima bajo el nombre de Compañía de Gas de Santiago S.A. Ese mismo año, mediante avisos publicados en los periódicos, interpelaba a los consumidores para que mantuvieran las cancelaciones al día con miras a recibir el mejor servicio posible. También comenzaron a registrarse diversos problemas -que persisten hasta hoy-, los cuales motivaron la inclusión de comunicados de prensa, como este de 1870: «Ha llegado a noticia de la compañía que varios individuos titulándose empleados en su servicio, se presentan en las casas de los vecinos de esta capital para verificar trabajos ya en los medidores, ya en las cañerías interiores; de lo cual han resultado varios males. En la seguridad que no han sido empleados de la compañía los que han

## AVISOS NUEVOS.

## AVISO MUNICIPAL.

La Municipalidad de Santiago deseen introducir en la Capital el alumbrado por medio de gas hidrójenu, y al efecto invita a que se hagan propuestas, sujetándose a las siguientes bases:

1.ª La iluminación deberá estenderse en el espacio comprendido en los recintos que tienen por límites: el primero, la calle denominada de Mesías al Oriente i la de Negrete al poniente; el tajamar al Norte, i la alameda al Sur; i el segundo, la calle de Maestranza al Oriente, la del Dieziocho de Setiembre al poniente, la alameda al Norte i el canal de San Miguel al Sur. Para el establecimiento del alumbrado en ambos recintos, se señalarán, si es necesario, dos plazos diferentes, debiendo plantearse con preferencia en el primero de ellos.

2.ª Toda propuesta deberá hacerse bajo el supuesto de que quedará sujeta a las garantías que exigen las leyes municipales en todos los contratos que se efectuen con la corporación, i a una multa en caso de no cumplirse con lo que se estipulare o de traspasar el término convenido.

3.ª Las horas de iluminación podrán ser las comprendidas entre el toque de oraciones hasta que la luz natural pueda reemplazar con ventaja la artificial; i en las noches de luna, desde un cuarto de hora ántes que desaparezca del horizonte o un cuarto de hora despues que aparezca a dicho horizonte. Las faltas en esta parte quedarán sujetas a las multas que se estipularen.

4.ª La Municipalidad trata de mejorar considerablemente el alumbrado que ha tenido i tiene actualmente la ciudad, para lo cual necesita por lo ménos, desde luego, 400 lúces repartidas en los dos recintos de que habla el art. 1.º de estas bases; bien entendido que este número de lúces deberá ser aumentado.

5.ª Si en la idea de los que hicieren propuestas entra la de exigir un privilejio esclusivo, para alumbrar por medio del gas hidrójenu en toda la población de Santiago, por un número de años que exceda del que la lei permite conceder, la Municipalidad se compromete a solicitar del Congreso Nacional; i a sí mismo se compromete a responder por el importe de derechos de internación de todos los objetos necesarios para el establecimiento de la fábrica i repartición del gas, materiales para producirlo i útiles para el alumbrado, no solo en la parte que deba emplearse en el uso público, sino tambien en la que se destine para el de particulares i correspondan a la especulación.

6.ª La Municipalidad se reserva el derecho de alumbrar el teatro que actualmente consume por medio de un gas que se produce en el sitio, así lo despusiere la corporación.

7.ª Entra en las condiciones de las presentes bases que el precio del gas que se suministra a los particulares, no pueda aumentarse en lo sucesivo del que se establezca en un principio.

8.ª La Municipalidad, bajo las bases antedichas, admitirá propuestas en la Tesorería de la cooperación hasta el 15 de junio del presente año.—Santiago, mayo de 1856.—A. J. Prieto.

## AVISOS NUEVOS.

## TEATRO MUNICIPAL

La función lírica suspendida anoche, tendrá lugar hoy precisamente.

Setiembre 28.

## Compañía de gas de Santiago.

Estando ya corriente la fábrica de gas i su distribución en la parte central de la ciudad, la Empresa pone en conocimiento del público, que en su oficina, calle del Estado, casa de don Ramon Infante, se recibirán las órdenes que se le dirijan para el alumbrado de casas, almacenes, etc. En dicha oficina hai un surtido completo de arañas i útiles de todas clases para el alumbrado de gas, i se encontrará con quien tratar, respecto a los precios i condiciones de los útiles i del alumbrado.

## COMPañIA DE GAS DE SANTIAGO.

Ha llegado a noticia de la compañía que varios individuos titulándose empleados en su servicio, se presentan en las casas de los vecinos de esta capital para verificar trabajos ya en los modidores, ya en las cañerías interiores; de lo cual han resultado varios males. En la seguridad de que no han sido empleados de la compañía los que han ejecutado dichos trabajos, i a fin de evitar en lo sucesivo la repetición de aquellos abusos, se previene a los consumidores de gas que cada empleado en el servicio de la compañía lleva consigo una certificación autorizada i sellada competentemente que lo acredita como tal, i que se tiene un perfecto derecho por los consumidores en solicitar se les presente dicho documento; i en caso de no hacerlo, se les ruega no permitan ejecutar los trabajos i dar parte a un agente de policía para los fines a que haya lugar. La certificación llevará el sello que se pone a las cuentas del consumo.—Santiago, febrero 4 de 1870.

LA ADMINISTRACION.

Primeros avisos informativos publicados en 1856, 1857 y 1870 en el diario *El Ferrocarril*.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

ejecutado dichos trabajos, i a fin de evitar en lo sucesivo la repetición de aquellos abusos, se previene a los consumidores de gas que cada empleado en el servicio de la compañía lleve consigo una certificación autorizada y sellada».<sup>3</sup>

En 1881 la empresa comenzó a imprimir memorias en las que presentaba los balances del directorio a la Junta General de Accionistas. En estos prospectos, cuyo diseño cambiaba cada año, se utilizaban composiciones ornamentales que introdujeron los primeros esbozos de logotipo, los cuales eran definidos por las imprentas de acuerdo con los repertorios tipográficos en boga.

Los vestigios gráficos del período evidencian en sus títulos accionarios la influencia estilística del estilo victoriano impuesto en la Europa anglosajona: impresos litográficos o de estampado calcográfico basados en la imitación de estilos históricos y el uso de una gran variedad de tipografías. En parte, ello respondía a la imitación de repertorios que la elite local hacía de sus homólogos europeos en aquella época.

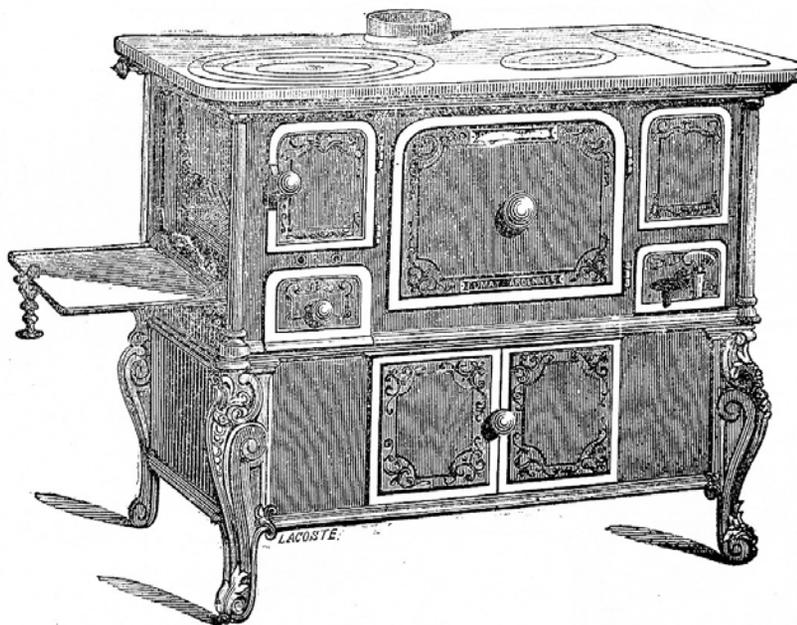
Ante la progresiva disminución del consumo de gas por la llegada de la electricidad y la cercanía del término del privilegio exclusivo para producir y vender el gas en Santiago, la compañía debió adoptar medidas para enfrentar a la competencia. Estableció un descuento a los accionistas para asegurarse la preferencia en el incipiente consumo de gas en motores y hornos industriales, además de «la introducción en los hogares de los primeros aparatos domésticos a gas».<sup>4</sup>

En 1887 se reemplaza el nombre de Compañía de Gas de Santiago por el de Compañía de Consumidores de Gas de Santiago, para reflejar la creciente participación de los accionistas consumidores en el capital de la empresa. Esto implicó también un cambio de misión: concentraría sus esfuerzos en expandir el uso del gas en otro tipo de aplicaciones como cocinas, calefactores y hornos industriales, manteniendo como objetivo central la producción y comercialización de este combustible.

Los avisos ilustrados de la compañía comenzaron a publicarse, de forma intermitente, en revistas culturales y del tipo magazine entre fines del siglo XIX e inicios del XX. Además, por esos años introdujo la luz incandescente, que se convertiría en uno de los principales temas de su publicidad, la que contribuyó a crear un imaginario de la modernidad: la mujer como portadora del avance tecnológico, adaptada al estilo de la *Marianne* francesa -que representó las ideas de libertad y cambio de la República-, difundía esta innovación como un avance hacia el futuro y el progreso en el nuevo siglo.

El trabajo del dibujante Alejandro Fauré fue un primer referente en el diseño de los anuncios y carteles de carácter más artístico de esta «nueva luz». Fauré tradujo el estilo francés en la cultura chilena por medio de la ilustración con técnica litográfica en revistas de orientación cultural tales como *La Ilustración* e *Instantáneas*, entre otras. En estas publicaciones la empresa entregaba información sobre las ventajas del uso del gas en términos de economía, utilizando un imaginario vinculado al modernismo europeo, que incluía alegorías y formas decorativas orgánicas, como gesto expresivo. Se trata de imágenes que contenían significados simbólicos más que prácticos, tras las cuales se escondían estilos y manifestaciones de las artes de transición del cambio de siglo.

En la primera década de 1900 la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago centró su oferta en cocinas y calentadores a gas, a precios convenientes. El ahorro de tiempo como factor clave en las labores de cocina empezó a pesar en las decisiones de compra junto con el costo. En la medida en que la sociedad capitalina y las provincias más urbanizadas se fueron haciendo más complejas, sus hábitos de consumo empezaron a asumir estas transformaciones tecnológicas.



## COCINAS ECONOMICAS "PARIS."

### Aviso publicitario de cocinas económicas

Publicado en el *Catálogo ilustrado de lo expuesto por Rose Innes y Ca. en su anexo: Exposición Internacional de Chile, Santiago, 1875.*

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



### Timbres de la naciente compañía

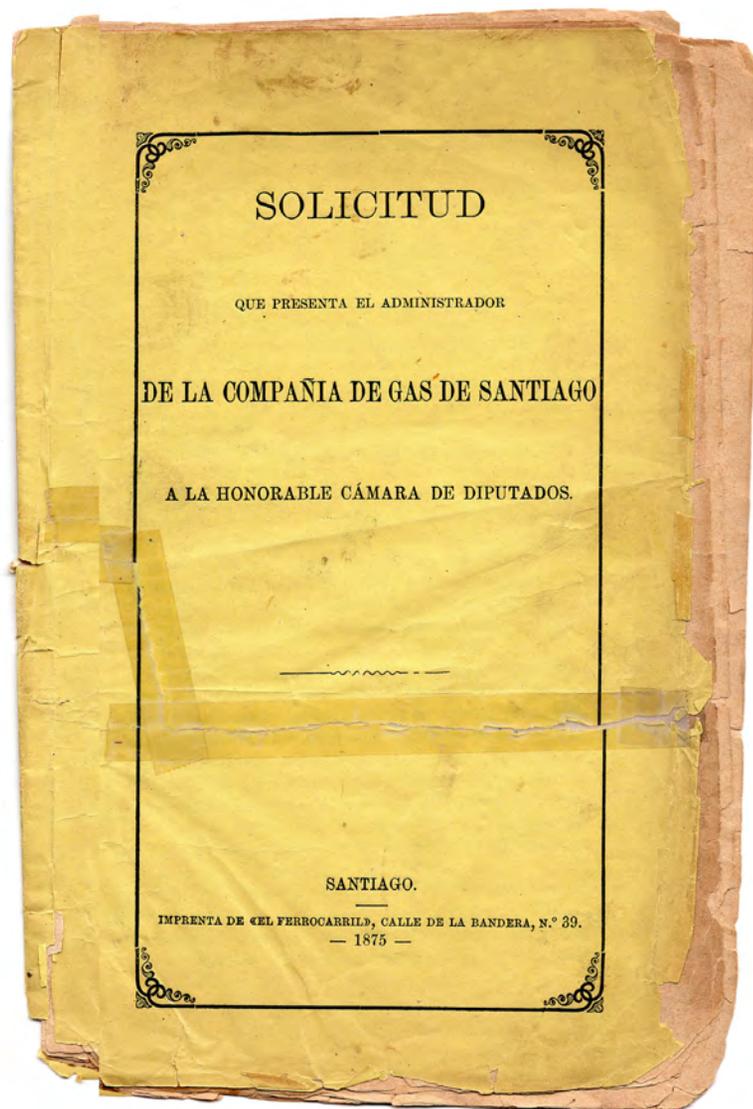
Sello de la Empresa del Gas Santiago con los nombres de José Tomás Urmeneta y Adolfo Eastman, 1865.

A continuación, un timbre estampado en un folleto de la compañía de 1895.

Archivo Patrimonial GASCO.

### Notas

1. *Estrella del Norte*, N° 11, La Serena, 25 de septiembre de 1841, p. 11.
2. "Teatro Municipal. La función lírica suspendida anoche, tendrá lugar hoy precisamente", en *El Ferrocarril*, Santiago, 27 de septiembre de 1857, p. 3.
3. *El Ferrocarril*, N° 3, Santiago, 5 febrero de 1870, p. 3.
4. Nazer, Ricardo y Martínez, Gerardo, *Historia de la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago S.A. GASCO. 1856-1996*. Santiago, Ediciones Universidad Católica de Chile, 1996, p. 66.



**Documento oficial**

Portada de una solicitud enviada por la Compañía de Gas de Santiago a la Cámara de Diputados en 1875. Archivo Patrimonial GASCO.



**Fábrica de Gas Santiago**  
Sello de documento de la compañía, 1892. Archivo Patrimonial GASCO.



ESTATUTOS  
DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA TITULADA  
COMPAÑIA DE GAS  
DE SANTIAGO

I

OTROS DOCUMENTOS ANEXOS.

---

CAPITAL SOCIAL \$ 800,000.

**Dividido en 1,600 acciones de 500 ps. cada una.**

---

SOICOS FUNDADORES.

Don José Tomas de Urmeneta.  
Don Adolfo Eastman.

ADMINISTRADOR JENERAL.

Don Francisco Bascuñan Guerrero.

---

SANTIAGO,

IMPRESA DEL FERROCARRIL, CALLE DE LA BANDERA, NUM. 39.

— 1867 —



**Acción de la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago**

Documento cursado en octubre de 1898 en favor de su propietario. El diseño abigarrado refleja la tendencia propia del siglo XIX, con una variedad de recursos gráficos como filigranas, marcas de agua, grecas y símbolos. Archivo Patrimonial GASCO.

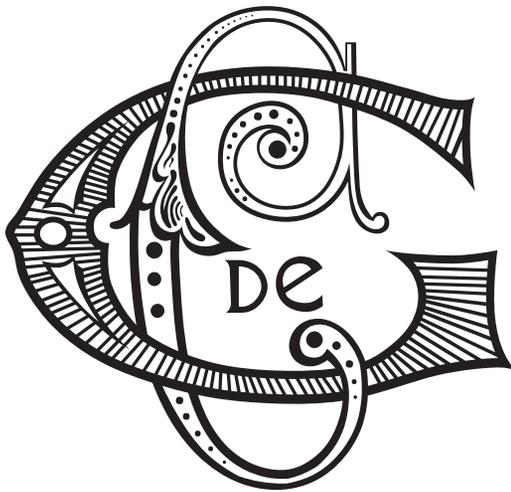
**Estatutos de la sociedad anónima**

Desde sus inicios, la compañía utilizó prospectos para dar a conocer sus finanzas como se observa en el folleto publicado en 1867. Archivo Patrimonial GASCO.



#### Inicios de la marca GASCO para la elaboración de su primer isotipo

Vitral ocupado en la construcción del edificio central de la empresa en calle Santo Domingo, a principios de la década de 1900. En la imagen se observa el antiguo monograma utilizado por la sociedad, ya entrado el siglo XX. Fotografía: Omar Faúndez. Archivo Patrimonial GASCO.



**Generación de logotipos**

Formas logotipadas utilizadas entre 1895 y 1905 en folletos, prospectos y memorias de la empresa, donde se advierte un cambio en el uso de caracteres tipográficos desde variantes más historicistas hacia formas más modernas y geométricas. Archivo Patrimonial GASCO.

**COMPañIA DE GAS  
DE SANTIAGO**

**COMPañIA DE CONSUMIDORES DE GAS  
DE SANTIAGO**

**COMPañIA DE CONSUMIDORES DE GAS  
DE  
SANTIAGO**

**Compañía de Consumidores de Gas  
DE SANTIAGO**

**Compañía de Consumidores de Gas  
DE SANTIAGO**

**COMPañIA DE CONSUMIDORES DE GAS  
DE SANTIAGO**

**Compañía de Consumidores de Gas  
de Santiago**

COMPañIA DE  
**CONSUMIDORES DE GAS** DE  
 Santiago S<sup>to</sup> Domingo 1061.



Vende quemadores completos para luz incandescente á precios mui bajos. Estos quemadores son adaptables á toda clase de lámparas i la compañía los coloca sin gravámen para el propietario. Dan más del doble en poder alumbrante con relacion á los quemadores antiguos, i el gasto de gas no pasa de dos centavos i cuarto por hora i por luz.

#### Quemadores completos

Aviso publicado por la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago, alrededor de 1900. En éste se observa la influencia del *Art Nouveau* o Modernismo, mediante el uso de recursos gráficos tales como configuraciones botánicas y formas estilizadas de la naturaleza. Archivo Patrimonial GASCO.

**Papelería institucional**

La misma variedad de estilos se aprecia en el diseño de papelería de inicios del siglo XX, como muestra el ejemplo de la imagen.

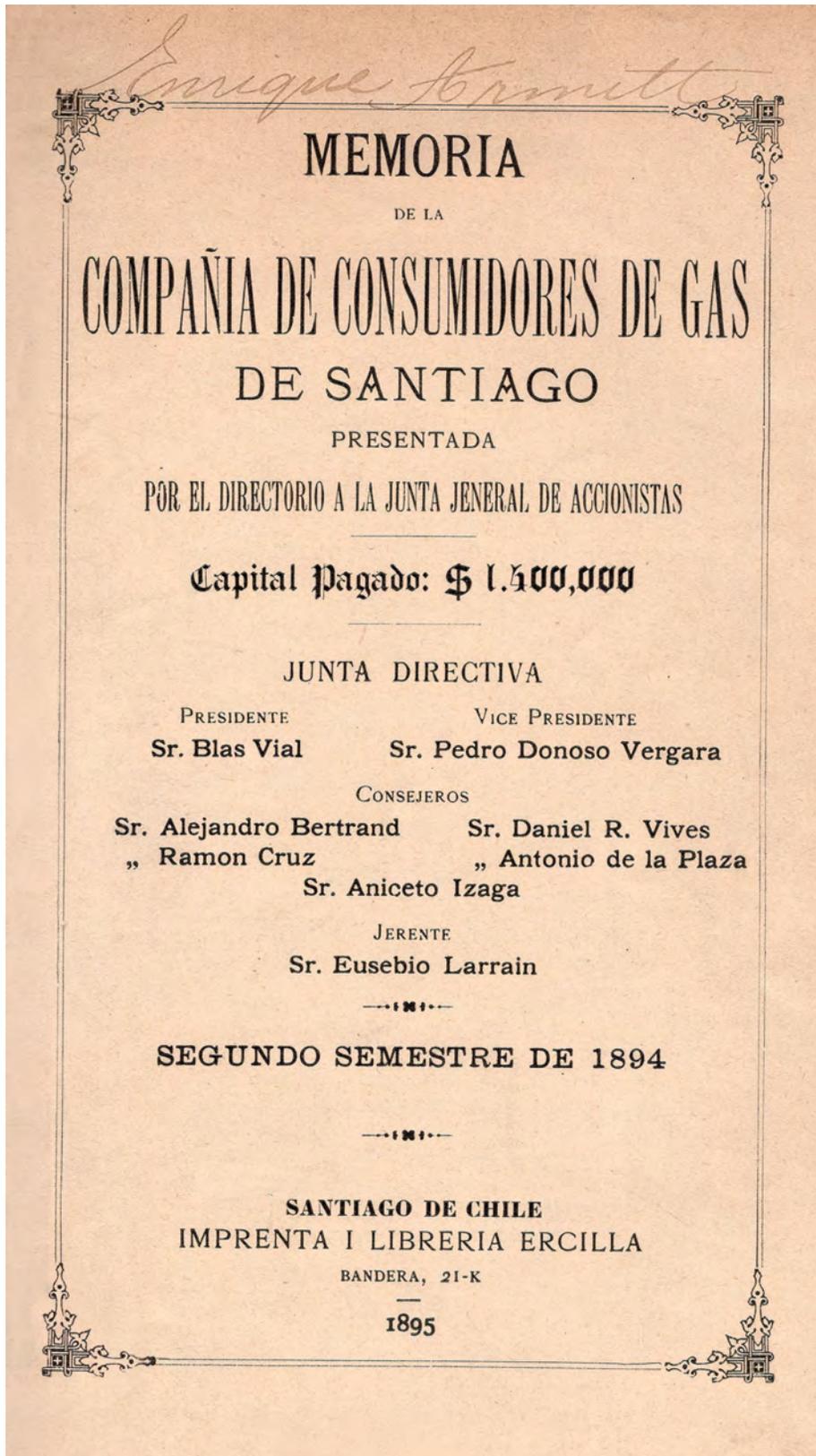
Archivo Patrimonial GASCO.



### La buena práctica de la publicación de memorias

Desde 1881 el directorio comenzó a reportar los balances a sus accionistas y consumidores a través de memorias impresas. Aunque durante el siglo XIX circularon estos documentos, no existió un estándar de representación de la identidad visual de la compañía. Estas imágenes corresponden a portadas de memorias publicadas en 1895 y 1904, respectivamente.

Archivo Patrimonial GASCO.



**MEMORIA**  
DE LA  
**COMPAÑIA DE CONSUMIDORES DE GAS  
DE SANTIAGO**  
PRESENTADA POR EL DIRECTORIO A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

---

**Capital Pagado . . \$ 2.500,000**

---

**JUNTA DIRECTIVA**

<small>PRESIDENTE</small> <b>Sr. Blas Vial</b>	<small>VICE-PRESIDENTE</small> <b>Sr. Ramón Cruz</b>
<small>CONSEJEROS</small>	
<b>Sr. José Luis Coo</b>	<b>Sr. Galvarino Gallardo</b>
<b>„ Alejandro Bertrand</b>	<b>„ Alberto González E.</b>
<b>Sr. José R. Gutiérrez</b>	
<small>GERENTE</small> <b>Sr. Eusebio Larraín</b>	

---

**PRIMER SEMESTRE DE 1904**

---



SANTIAGO DE CHILE  
**Imprenta del Universo de Gmo. Helfmann**  
SANTO DOMINGO, ESQ. CHACABUCO

11164  
**1904**



### La antorcha moderna

Aviso para la promoción de gas incandescente publicado en la revista *La Ilustración*, N° XIV, Santiago, julio de 1900. Diseño de Alejandro Fauré. La información sobre la novedad del "gas incandescente", junto a la oferta de un gran surtido de artículos asociados, quedaba supeditada en los avisos de comienzos del siglo XX a una imagen idealizada de lo femenino. En ellos se usaba la ilustración con técnica litográfica, reflejo del afrancesamiento de parte de la sociedad chilena, y un imaginario vinculado al modernismo europeo. Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

**Promoción del gas incandescente: la «nueva luz»**

Aviso publicado en Santiago en la revista *Instantáneas*, N° 1, el 1 de abril de 1900, diseñado por el dibujante Alejandro Fauré. El gas incandescente se abrió paso como una «nueva luz», aplicable a toda clase de lámparas, mechas y quemadores de diferentes formas. Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



**SANTIAGO — Oficina Central: SANTO DOMINGO, 1061**

**Teléfono Americano, 241**      **Teléfono Nacional, 47**

Los quemadores de gas incandescente son adaptables á toda clase de lámparas, y la Compañía los coloca sin gravamen para el propietario. Dan una economía en gas de 40% y más del doble en poder alumbrante, con relación á los quemadores antiguos.

**PRECIOS:**

Quemadores con mecha y tubo colocados.....	\$ 2.00
Tubos reemplazantes, colocados.....	» 0.40
Mechas reemplazantes, colocadas.....	» 0.30

Hay en venta un gran surtido de artículos para gas incandescente.  
Gran variedad en Globos, Rosas de cristal y Tubos de diferentes formas.  
El Gas que se consuma en el uso de las Cocinas, Motores ó Industrias, siempre que esté deslindado dicho consumo por medidores, la Compañía cobra solamente \$ 3.20 por el mil de pies cúbicos y arrienda medidores con este objeto.

IMPRENTA BARCELONA, Moneda, 807 á 843

**Composición tipográfica**

Portada de memoria anual de 1895 donde se advierte un diseño característico del siglo XIX que recurre al uso de caracteres tipográficos con remate en diversos tamaños. Archivo Patrimonial GASCO.

MEMORIA  
DE LA  
COMPAÑIA DE CONSUMIDORES DE GAS  
DE SANTIAGO

PRESENTADA  
POR EL DIRECTORIO A LA JUNTA JENERAL DE ACCIONISTAS

Capital Pagado: \$ 1.400,000

JUNTA DIRECTIVA

PRESIDENTE VICE PRESIDENTE  
Sr. Blas Vial Sr. Pedro Donoso Vergara

CONSEJEROS  
Sr. Alejandro Bertrand Sr. Daniel R. Vives  
„ Ramon Cruz „ Juan E. Tocornal  
Sr. Aniceto Izaga

JERENTE  
Sr. Eusebio Larrain

PRIMER SEMESTRE DE 1895



SANTIAGO DE CHILE  
IMPRENTA I LIBRERÍA ERCILLA  
BANDERA, 21-K  
1895

# COMPañIA CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO

1061—Santo Domingo—1061

Tiene en venta cocinas i calentadores a gas varias clases i los da colocados. El gas para motores, cocinas, etc., se vende a un precio mucho mas bajo que el que se cobra por el alumbrado, siempre que esté deslindado el consumo por medidores. Estos se arriendan con tal objeto.



Vende quemadores completos para luz incandescente a precios muy bajos. Estos quemadores son adaptable a toda clase de lámparas i la Compañía los coloca sin gravámen para el propietario. Dan mas del doble en poder alumbrante con relacion a los quemadores antiguos i el gasto de gas no pasa de dos centavos i cuarto por hora i por luz.

La Compañía facilita medidores automáticos i los coloca sin cobrar la instalacion. Muchos pequeños negocios que ántes no tenian gas, usan hoy estos medidores, por la facilidad para pagar su consumo diariamente.

## Un combustible económico, fácil de usar y de facturar

Aviso publicado en el folleto *La dueña de casa: nuevo libro de cocina y economía doméstica*, 1903. El poder del gas incandescente, su adaptabilidad a los distintos tipos de quemadores y la facturación a través de medidores automáticos eran parte de los atributos que se publicitaban en los primeros años del siglo XX.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

# MEMORIA

## De la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago

Presentada por el Directorio á  
la Junta General de Accionistas



**Capital Pagado: \$ 5.000,000**

### JUNTA DIRECTIVA

#### PRESIDENTE

Sr. Guillermo Edwards

#### VICE-PRESIDENTE

Sr. José Luis Coó

#### CONSEJEROS

Sr. Galvarino Gallardo

Sr. Adel Donoso Vildósola

Sr. Francisco José Prado

Sr. Santiago de Toro Herrera

Sr. Máximo del Campo

#### GERENTE

Sr. Eusebio Larrain

**SEGUNDO SEMESTRE DE 1908**

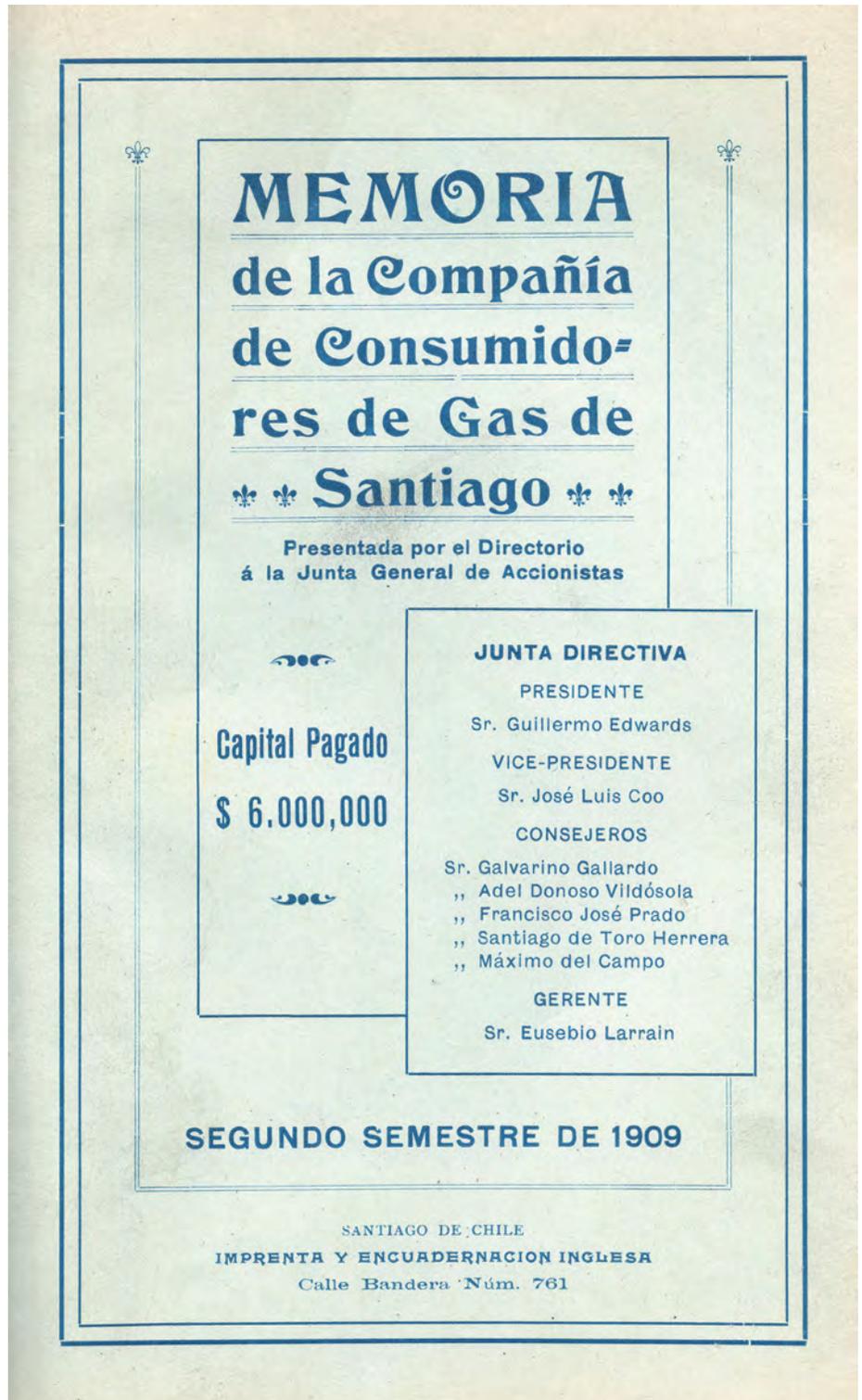


SANTIAGO DE CHILE  
SOC. IMPRENTA I LITOGRAFIA UNIVERSO  
HUÉRFANOS, 1036



### Gráfica ornamental

El uso de composiciones tipográficas acompañadas de signos decorativos fue un recurso habitual en los reportes financieros de este período. En ambas páginas se presentan dos muestras impresas de 1908 y 1909. Archivo Patrimonial GASCO.





Fotografía de fachada de la  
Fábrica de Gas San Borja en  
la década de 1940.  
Archivo Patrimonial GASCO.

## Capítulo 2

### A LA CONQUISTA DE LOS HOGARES: LOS ARTEFACTOS DOMÉSTICOS (1910-1940)

Con la llegada a Chile de la electricidad como energía principal para la iluminación -a comienzos del siglo XX- la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago debió enfrentarse a una competencia muy potente y novedosa para los sistemas de iluminación a gas. Se impuso entonces un importante desafío de innovación reorientando su oferta hacia la energía calórica. Si la electricidad presentaba ventajas en la iluminación, el gas de cañería resultaba más eficiente y rápido para cocinar, calentar agua o calefaccionar. Ya no era suficiente publicar avisos informativos tipo «cartel», por lo que optó por la publicidad ilustrada, en que la imagen pasó a ser tan relevante como el texto del mensaje, que apelaba al uso eficiente del tiempo de la dueña de casa en el espacio doméstico.

En 1914 la demanda por alumbrado a gas retrocedía a causa del despliegue del tendido eléctrico y el menor consumo de quemadores. Aunque la compañía continuaba vendiéndolos para luz incandescente a precios bajos y otorgaba toda clase de facilidades para la instalación y el pago, ya comenzaba a incursionar en otros negocios.

La Primera Guerra Mundial hizo más difícil y costosa la importación de bienes durables, por lo que la venta de artefactos a gas registró un significativo aumento en este período gracias a la fabricación de cocinas nacionales.

La estrategia frente a la arremetida de la industria eléctrica consistió en una serie de campañas que incentivaban el uso de cocinas y artefactos domésticos a gas para el baño, destacando principalmente sus ventajas para la dueña de casa y la calidad de vida familiar. Esto motivó la creación de un área en la compañía, que funcionó desde 1914, dedicada a enseñar cómo manejar las cocinas en forma eficiente, con operarios que visitaban domicilios, escuelas y establecimientos comerciales, instruyendo sobre la forma de optimizar el uso de este artefacto y velar por su buen funcionamiento y desempeño técnico.

El objetivo de estas actividades era difundir la seguridad y el ahorro de costos que aportaban estos aparatos, principalmente en comparación con las cocinas de combustible sólido -carbón o leña-, a las que estaban acostumbrados los usuarios. Para exponer sus bondades se elaboraron folletos como *La cocina racional y económica*, publicado en 1916, donde se rebatían ciertos prejuicios sobre esta nueva tecnología: «Gracias al constante uso y buenos resultados obtenidos, las prevenciones que antiguamente existían contra la cocina a gas han desaparecido por completo.

### La nueva comodidad del baño con agua caliente

Aviso publicado en la revista *Familia*, N° 100, Santiago, octubre de 1918.

En la segunda década de 1900 la compañía también ofrecía calentadores de baño y anafes, destacando que facilitaban la higiene y favorecían el relaxo.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



COMPANIA DE  
**CONSUMIDORES DE GAS**  
Santiago, Domingo 1918

**La Compañía de  
Consumidores de  
Gas de Santiago**

**TIENE EN VENTA ESTUFAS Y CALENTADORES  
DE LEÑA DE VARIAS CLASES. EL GAS PARA  
COCINAS SE DA A UN PRECIO MUCHO MAS BAJO  
QUE EL QUE SE COBRA POR EL ALUMBRADO.**

Santo Domingo 1061  
**SANTIAGO**

Hoy todo el mundo está convencido de que la cocina a gas no comunica ningún gusto desagradable a los alimentos, ni produce malos olores en la habitación, sino cuando se descuida la conservación o limpieza de los quemadores». <sup>1</sup>

Y ante las aprensiones sobre el aumento en la cuenta mensual, la empresa aclaraba que esto se debía al mal uso de estos artefactos, ya que no debían mantenerse encendidos todo el día como las cocinas a leña o carbón y enfatizaba en que «la persona encargada de este servicio debe adaptarse al carácter del moderno sistema de cocinar, aprovechando en todo momento el combustible, i (sic) no seguir la antigua rutina que todavía se usa en las cocinas a carbón». <sup>2</sup>

Una instancia clave para dar a conocer las bondades de las cocinas a gas y promoverlas fue la Exposición de Industrias Nacionales de 1916, donde los visitantes tuvieron la ocasión de conocer in situ las ventajas de las cocinas a gas. Los avisos de prensa de la época invitaban también a visitar las oficinas de la compañía, donde podían encontrar artefactos para los diferentes gustos y bolsillos, y el personal técnico hacía demostraciones.

Con el fin de aumentar la publicidad y hacerla más efectiva en los diversos medios impresos, en 1922 se creó el cargo de «Encargado de Propaganda» al interior de la compañía, a fin de ordenar la comunicación de la empresa hacia sus clientes.

Otra exitosa iniciativa, anunciada en insertos, diarios y revistas de esa época, fueron las clases de Economía Doméstica gratuitas que se mantuvieron hasta 1940. Junto con enseñar al público lector sobre el funcionamiento correcto de la cocina y la preparación de diversos alimentos, se publicaban recetarios con las instrucciones de cocción y los costos de los ingredientes para la elaboración de cada plato. La idea era evidenciar que, bien utilizada, la cocina a gas no sólo era cómoda y limpia, sino también económica.



En 1920 la conexión a la red de cañerías de gas en viviendas, cada vez mayor, fue clave en transformar a la cocina en un espacio con identidad propia dentro de las viviendas al contar con artefactos innovadores que facilitaban las tareas domésticas, manteniéndolas limpias y libres de contaminación. Esto marcó una importante diferencia, ya que hasta comienzos de siglo XX la cocina era un lugar más bien oscuro, considerado poco salubre y habitualmente lleno de humo producto del uso de carbón o leña.

Para responder al aumento de la demanda, la empresa amplió la venta de artefactos. En las salas y vitrinas de la calle Santo Domingo se exponían «las mejores marcas de artefactos a gas», como cocinas, anafes, estufas, calentadores de baño y refrigeradores, la mayoría de ellos importados. En 1930 la compañía creó la sección de Artefactos y Aplicaciones Industriales.

A lo largo de esta década, gracias a las políticas proteccionistas aplicadas después de la Gran Depresión, comenzó a surgir una industria nacional de artefactos domésticos, tanto eléctricos como a gas, que aumentó la oferta y redujo los costos. Hacia 1935 la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago era uno de los fabricantes de modelos esmaltados hechos en Chile, aunque la mayoría de los artefactos a gas -en especial los más sofisticados- se importaban desde Europa o Estados Unidos. Uno de los principales proveedores era la casa alemana Junker & Ruh.

En esta década la compañía comenzó a utilizar una forma abreviada de su razón social: la sigla CGS, que aplicó en sus cilindros de gas, vehículos repartidores, parte de su infraestructura, e incluso en algunos avisos publicitarios.

El aumento de la competencia por parte de las firmas eléctricas, hizo evidente la necesidad de buscar una mayor difusión de los beneficios de utilizar los artefactos a gas. La compañía editó folletos en los que se explicaban los métodos más apropiados para optimizarlos, utilizando el eslogan «Use Gas» para promocionar sus ventajas comparativas.

En línea con el auge de la construcción de viviendas unifamiliares en Santiago -casas con jardín en los nuevos barrios del sector oriente, los primeros edificios de departamentos en el centro y urbanizaciones para segmentos de clase media-, los avisos publicitarios de la compañía comenzaron a aparecer con mayor frecuencia en periódicos como *El Diario Ilustrado*, *El Mercurio* y *La Nación*; revistas de arquitectura e ingeniería del tipo *Concreto*, *Arquitectura* y *Arte Decorativo*, *Urbanismo* y *Arquitectura*, y publicaciones diversas como *El Gas para el Hogar*, *Zig-Zag*, *Familia*, *Sistema y éxito*, *Norte y Sur*, *Interview* y *Topaze*.

En estas publicaciones se advierte un cambio de estrategia en la comunicación incluyendo relatos que apelan a la comodidad que proporciona el uso del gas en todo hogar moderno. Aunque el arquetipo femenino sigue presente como el principal consumidor al que se dirige la oferta de artefactos, el mensaje se vuelve más técnico, destacando atributos como su bajo costo, durabilidad, lugar de fabricación (nacional o extranjera), eficiencia y aporte a la economía familiar, orientados al jefe de hogar.

Los avisos de las décadas de 1930 y 1940 abundaban en ideas relacionadas con el mantenimiento del hogar y el progreso de la familia, e insistían en conceptos como

lo moderno, lo cómodo y lo práctico. Las edificaciones que se levantaban en esa época en Santiago, eran la representación de este nuevo hogar ideal, asociado al buen vivir moderno, donde el gas era un combustible clave para operar la cocina, el calentador de agua, la calefacción, e incluso el refrigerador.

Hacia 1940 la compañía concluyó que con la expansión del consumo y el desarrollo de la industria manufacturera en el país, ya no era necesario promover los artefactos a gas, enseñar su uso ni facilitar la compra e instalación. Por esta razón, terminó con la venta de artefactos domésticos y traspasó este negocio al empresario Alfredo Délano, quien se hizo cargo de la administración del local de ventas de calle Santo Domingo. Tiempo después formó la sociedad Ardegas Ltda., manteniendo este local hasta 1947, año en que pasó a la empresa nacional Mademsa.

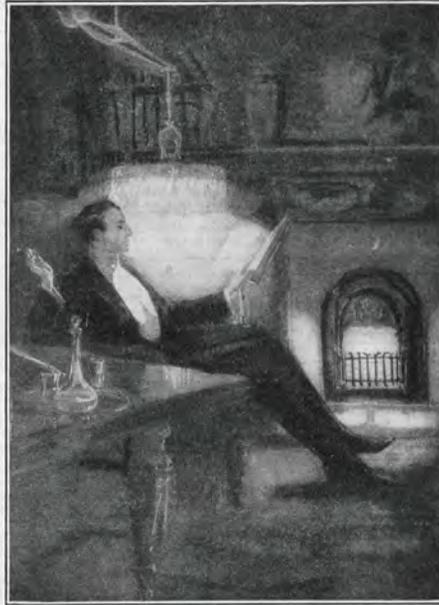
El modelo de «cocina americana», funcional y moderna, con su cuidada decoración y arquitectura, y provista de artefactos domésticos portátiles -a gas o eléctricos- pasó a ser, sobre todo a partir de 1945, el sueño de las dueñas de casa de sectores medios y altos. A este tipo de mujer, dedicada aún por completo al ámbito familiar, se dirigía la mayoría de los esfuerzos de comunicación de las empresas proveedoras de este tipo de productos.

#### **Notas**

1. *La cocina racional y económica*, Compañía de Consumidores de Gas de Santiago, 1928, p. 2.

2. *Ibidem*.

# La Compañía de Consumidores de Gas de Santiago



—¡Qué agradable es mi sala con una Estufa a Gas!



—Mi marido, desde que tengo Estufa a Gas, siempre está en casa

acaba de recibir de  
Estados Unidos y de  
Inglaterra una gran  
variedad de Estufas  
muy económicas y  
se encarga de su  
instalación.

## Anuncio de la llegada de artefactos a gas

Aviso publicado en la revista *Familia* N° 101, de mayo de 1918. Se distribuía en Santiago informando la llegada desde Estados Unidos e Inglaterra de una gran variedad de estufas económicas, de cuya instalación se hacía cargo. Destacaba que su calor era una forma de retener a los maridos en casa. Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

### Los beneficios del gas

Aviso publicado en la revista *Familia*, N° 100, Santiago, octubre de 1918. Economía de tiempo y dinero era un argumento en la publicidad de la empresa. Sumaba el uso de arquetipos referidos a la constitución del núcleo familiar: los niños protegidos por el calor, la mujer como encargada del mantenimiento del baño y la cocina, y el hombre como depositario de la comodidad que proporcionaban estos innovadores productos domésticos. Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

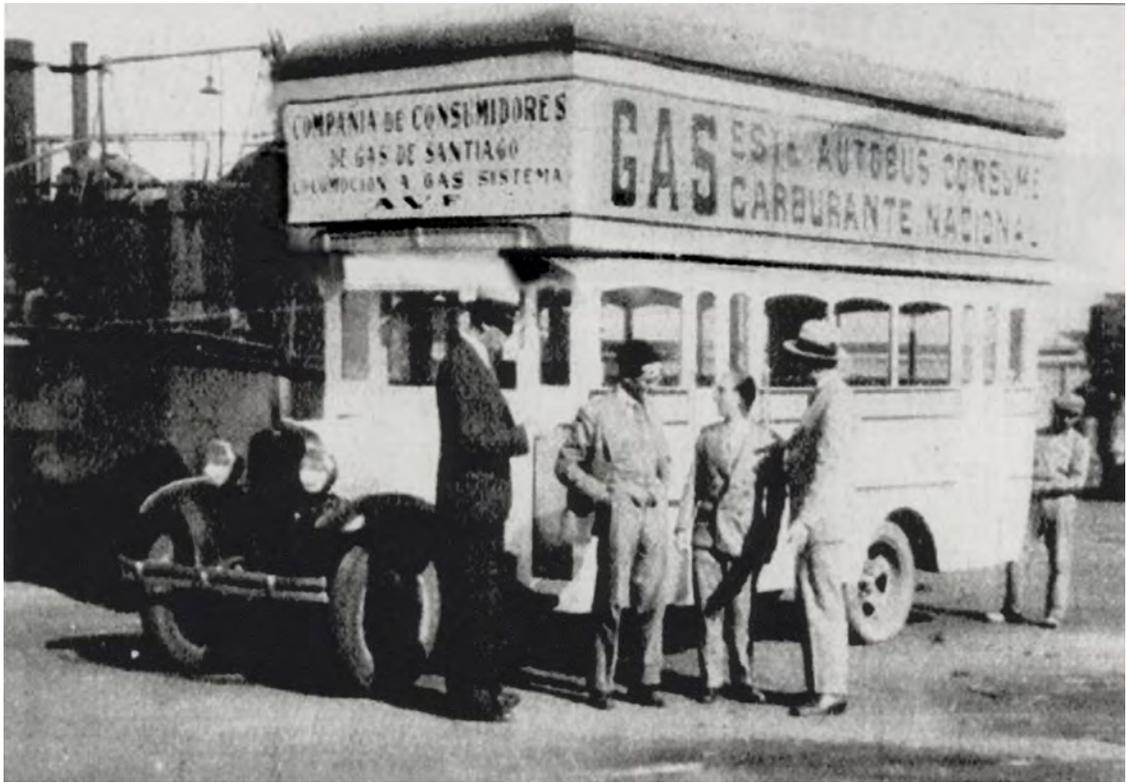


Edificio de la Compañía de Gas de Santiago publicado en el periódico *El Mercurio* el 17 de septiembre de 1910. Archivo Patrimonial GASCO.





Stand de exhibición de productos y servicios de la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago operativo durante la década de 1950. Archivo Patrimonial GASCO.



### Compre productos chilenos

Campaña para la promoción de la industria nacional impulsada por el gobierno durante los años 30 para la venta de bienes durables y fungibles.

Archivo: Pedro Álvarez.

### Los inicios de la publicidad móvil de la compañía

Esta fotografía, que data aproximadamente de 1920, muestra un vehículo de transporte de productos de la Compañía de Consumidores Gas de Santiago, con un letrero pintado a mano. Fueron las primeras aproximaciones a la publicidad móvil en la vía pública que se usa hasta la actualidad por su gran impacto.

Archivo Patrimonial GASCO.



**Clases de economía doméstica: marketing directo**

Una de las clases quedó registrada en esta foto tomada en las dependencias de la compañía en calle Santo Domingo durante la década de 1920. Junto con instruir sobre el funcionamiento correcto del artefacto y la preparación de alimentos, daban a conocer los beneficios técnicos de este combustible y las ventajas de su uso para administrar el presupuesto del hogar. Archivo Patrimonial GASCO.

**NO LEA ESTE AVISO**

**ESTUFAS A GAS A PRECIO DE VERDADERA OCAISION POR FIN DE TEMPORADA!!**

Pase a visitar nuestros almacenes de Santo Domingo 1061 y encontrará un variado surtido de **BARATAS, ECONOMICAS Y ELEGANTES ESTUFAS.**

**COMPANIA DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO**

Sólo un cuerpo aseado puede ser asiento de una alma sana y una inteligencia despierta.

a **UN HIGIENISTA.**

---

**La Compañía de Consumidores de Gas**

de Santiago ofrece a sus consumidores los **CALENTADORES A GAS** marca "JUNKER" del último sistema recientemente llegado.

Avisos publicados en el diario *El Mercurio* de Santiago del 17 de agosto y el 18 de septiembre de 1923, respectivamente. Ambos destacan la economía y novedad tecnológica de los artefactos ofrecidos por la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago a su público. Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



Vitrina ubicada en calle Santo Domingo que presenta la exhibición de los premios otorgados por la compañía a las ganadoras del Concurso Nacional de Belleza organizado por la revista *Zig-Zag* durante la década de 1920. Archivo Patrimonial GASCO.



**PINTURA PREPARADA**

# PRESERVOL

Proteje perfectamente el hierro, el acero y otros metales contra toda oxidación o corrosión, y es la pintura indicada para:

- Plantas Eléctricas:** Chimeneas, ventiladores, depósitos para el carbón o la ceniza, transportadores, edificios, grúas y toda clase de obras de hierro o de acero.
- Fábricas:** Toda clase de obras, maquinaria, aparatos o edificios de hierro o de acero.
- Compañías Ferroviarias:** Todas las partes metálicas de vagones o coches, edificios y puentes.
- Minas:** Maquinarias, ascensores, bombas, vagonetas, herramientas.
- Arquitectura:** Cañerías, tuberías y rejas de hierro.
- Municipios:** Lámparas, tranvías, depósitos para arena, etc., retretes y toda clase de obras de hierro o de acero.

**PRECIOS Y DETALLES**

Sección Ventas de Sub-Productos

## Compañía Consumidores de Gas de Santiago

**SANTO DOMINGO 1061**

### Preservol, protección para productos industriales

La compañía no solo comercializó productos para la vivienda sino también para infraestructuras de mayor tamaño como fábricas, plantas eléctricas, minas y líneas ferroviarias. Aviso publicado en *Arquitectura y Arte Decorativo*, mayo 1930.

Archivo: Biblioteca Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile.

S I S T E M A Y E X I T O



Pinturas Preparadas  
**PRESERVOL**  
Las Mejores — Las Mas Economicas  
Protegen © Hermosean © Impermeabilizan  
PRESERVA LA MADERA  
—  
IMPIDE LA OXIDACION  
DEL FIERRO  
—  
RESGUARDA EL  
CEMENTO DE LA  
HUMEDAD

PIDA DETALLES Y PRECIOS

**Cía. DE CONSUMIDORES DE GAS  
DE SANTIAGO**

Sección Ventas de Sub-Productos

Sto. Domingo 1061

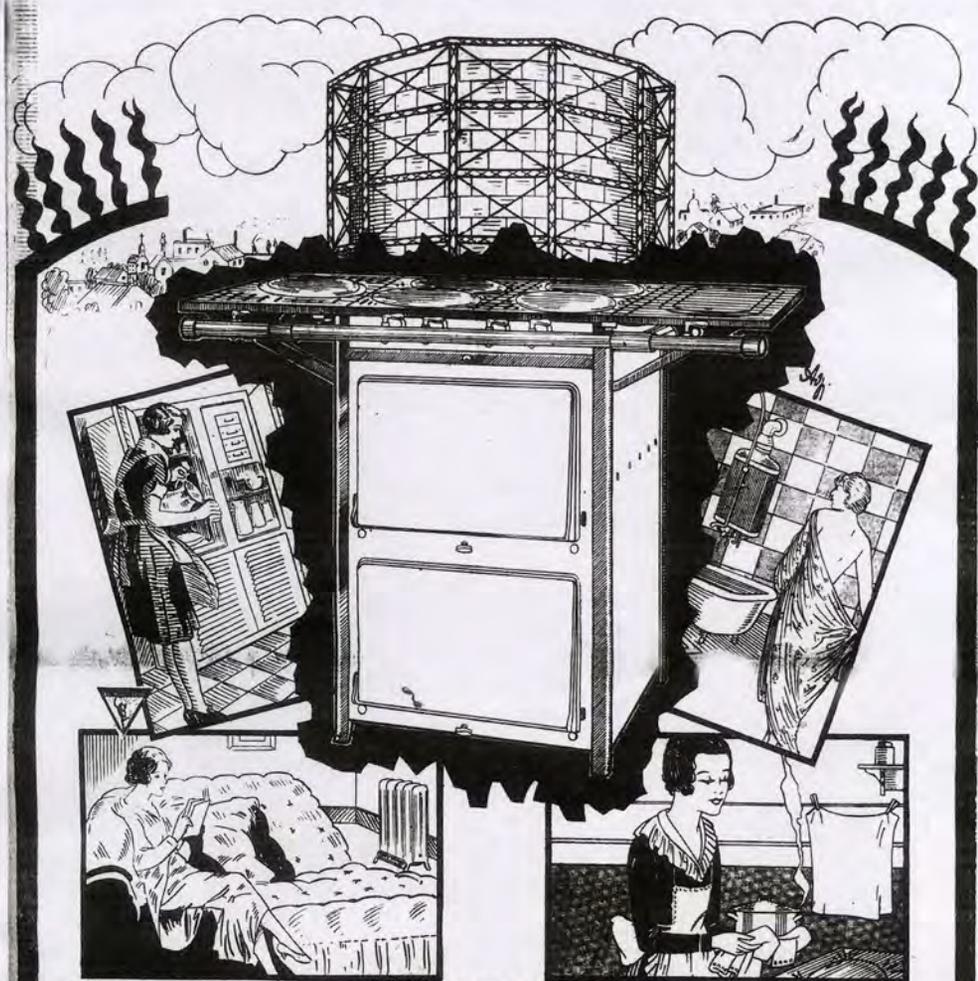
Santiago de Chile

**RINDEN MAS — CUESTAN MENOS**

P R O C U L T U R A C O M E R C I A L

Aviso de pinturas preparadas Preservol donde se ponen en valor sus atributos de rendimiento y precio económico, década de 1930. *Revista Sistema y Éxito, Pro Cultura Comercial*, N° 2.

Archivo: Biblioteca de Humanidades, Pontificia Universidad Católica de Chile.



## USE EL GAS: LE CONVIENE MUCHO MAS.

COMO UN MONUMENTO de confort y eficiencia para la ciudad, se levanta nuestro gasómetro, del cual fluye día y noche el gas que va a servir a miles de hogares y a centenares de establecimientos industriales.

El gas es el combustible tradicional, el de más comprobada eficiencia, el que inspira más confianza y a la vez el más económico.

Para calefacción, cocina, calentadores, refrigeradores y fuerza motriz, el gas es el más seguro de los combustibles.

Nuestros ingenieros tendrán el mayor agrado en ayudar a Ud. en el estudio de sus proyectos para instalar en su casa o en su industria el más eficiente y económico de los combustibles.

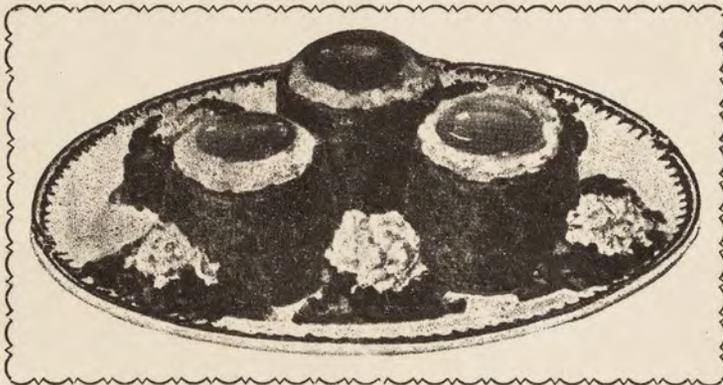
**Cía. de CONSUMIDORES de GAS de SANTIAGO.**

Aviso publicado en el periódico *El Mercurio* el 3 de febrero de 1934. En el mismo se enfatiza la eficiencia del nuevo gasómetro que permite la llegada de gas a miles de hogares. Archivo Patrimonial GASCO.

# La Cocina y la Economía práctica

Recetas escogidas y practicadas

en



La Compañía de Consumidores de Gas  
de Santiago

Primera Edición

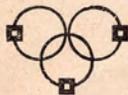
## Recetas y consejos para la dueña de casa

En el recetario *La Cocina y la Economía práctica*, publicado en 1928, junto con las diversas instrucciones para preparar pollo *soufflé* o cajetillas de yemas, las usuarias recibían consejos útiles tales como «no hacer hervir más de lo necesario»; y una vez hervidos los alimentos, dejar encendido solamente el «quemador economizador». Las advertencias finales también eran del mismo tenor: «Si no se reduce el gas, los guisos se quemarán en parte, sin estar todo cocido. El gas que se quema sin necesidad es dinero perdido». Archivo Patrimonial GASCO.

## COMPañIA DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO

### COCINA DE GAS RACIONAL

Prácticamente  
es la económica.  
Se recomienda  
por su fácil manejo.  
La más barata  
en su conservación  
por tener  
repuestos a precios  
de costo.



**En los hornos de esta cocina se puede cocer  
cuanto se desee.**

#### La «cocina de gas racional»

Aviso publicado en el recetario *La Cocina y la Economía práctica*, en 1928. Los avisos que promocionaban estas cocinas las presentaban como «un buen obsequio siempre» o como «la alegría de su cocinera», y las asociaban a conceptos como economía, eficiencia y tranquilidad. En otras piezas publicitarias todas aquellas buenas razones para adquirir este artefacto se resumían en un solo eslogan, que refleja el *leit motiv* de las comunicaciones de la compañía en ese momento: «la cocina a gas le conviene mucho más».

Archivo Patrimonial GASCO.



#### Gas versus leña

Este anuncio aparecido en revista *Norte y Sur* N° 22 en 1928, testimonia el permanente interés de la empresa por desplazar el consumo de combustibles más contaminantes para la población. Archivo Patrimonial GASCO.

#### Participación en ferias y exposiciones

Muestra de artefactos domésticos presentados por la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago en la Exposición de Ferrocarriles y Caminos realizada en 1929. En la imagen, se advierten algunos carteles que fomentan el uso de la cocina a gas, «el bienestar del hogar», y los calentadores marca Junkers, calificados como «la alegría de los baños». El diseño de la muestra fue encargado a Georges Sauré, fotógrafo y grafista quien también diseñó las vitrinas y propaganda del edificio corporativo de la Compañía Chilena de Electricidad (Chilectra), conocido como el "Palacio de la Luz". Archivo Patrimonial GASCO.



**COMPLETE  
LA FELICIDAD  
DE SU HOGAR**

USANDO \_\_\_\_\_

**COCINA A GAS**

LE CONVIENE MUCHO MÁS

\_\_\_\_\_

**Damos facilidades de pago**

\_\_\_\_\_

**CIA. DE CONSUMIDORES DE GAS  
SANTO DOMINGO 1061**

**Venta a crédito de cocinas**

Aviso publicado en el *Álbum del hogar*, 1929. Uno de los beneficios otorgados por la compañía fue la venta a crédito como una forma de no perder terreno ante la creciente competencia.

Archivo: Pedro Álvarez.

Un elemento de bienestar que cada día adquiere mayor importancia en las construcciones modernas es



**La Cocina a Gas**

por su comodidad y economía.



Nos encargamos de su venta, presupuestos, instalaciones y atención de servicio.

Concedemos facilidades de pago.

**Cía. Consumidores de Gas**

SANTO DOMINGO 1061.

**El bienestar de la cocina a gas en la vivienda moderna**

Anuncio de la compañía aparecido en la revista *Arquitectura y Arte Decorativo*, N° 4, abril de 1929.

Archivo: Biblioteca de Humanidades, Pontificia Universidad Católica de Chile.



¡¡La  
alegría  
== de su  
cocinera!!  
== UNA ==  
COCINA A GAS

Consulte nuestras facilidades de pago

—  
**Cía. DE CONSUMIDORES DE GAS**  
SANTO DOMINGO 1061

Aviso publicado en Revista *Sistema y Éxito, Pro Cultura Comercial*, N° 1, Santiago, 1930. El llamado destaca la presencia de la cocina a gas como motivo de alegría para la usuaria del producto.

Archivo: Biblioteca de Humanidades, Pontificia Universidad Católica de Chile.



**\$360.-**

Al señalarle nuestras **COCINAS A GAS** le indicamos su conveniencia. No olvide que la **COCINA A GAS** le conviene mucho más.

FACILIDADES DE PAGO

**Cía. Consumidores de Gas.**  
SANTO DOMINGO 1061

Aviso que resalta la ventaja de utilizar cocinas a gas publicado en la revista *Arquitectura y Arte Decorativo*, N° 8, diciembre de 1929.

Archivo: Biblioteca Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile.

¿QUIERE REDUCIR SU GASTO?  
PONGA LA LLAVE EN ECONÓMICO. LLAMA CHICA.



La limpieza de los quemadores significa rapidez y economía.

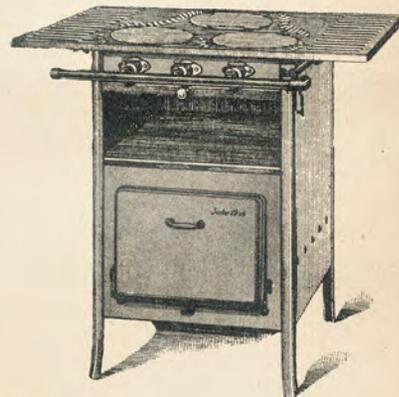
**COMPANÍA DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO**

Calle Santo Domingo N.º 1061

Casilla 8 D. - Teléfono 8 2121

**Instrucciones sobre el manejo de  
Cocinas de Gas**

Enero de 1930.



NOTA.—Para todo reclamo por el mal funcionamiento de las cocinas de gas, recúrrase a la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago.

Páginas interiores del folleto *La cocina moderna. Instrucciones sobre el manejo de cocinas a gas*, 1930, editado por la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago. Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

La alegría de los viajeros al arribar  
al hogar se explica muy fácilmente  
cuando los espera una cena pre-  
parada en la

## COCINA A GAS

Compre  
una  
Cocina a Gas



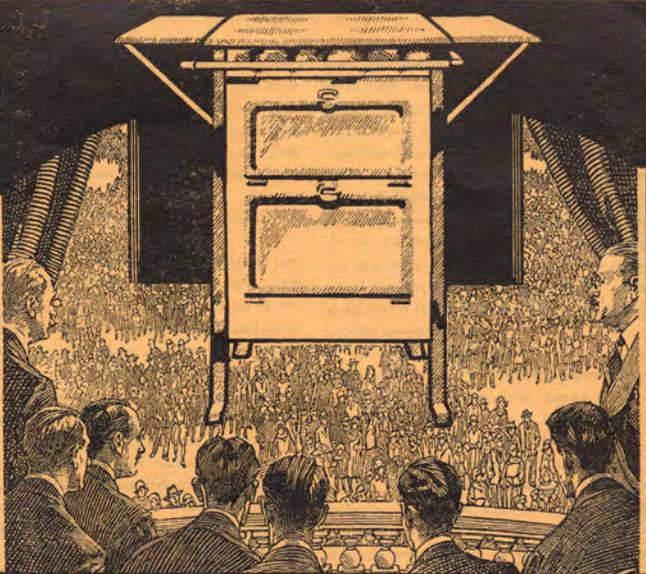
Facilidades  
de  
pago

CIA. CONSUMIDORES DE GAS  
SANTO DOMINGO 1061

### El rol del público masculino en la publicidad impresa

Anuncio aparecido en la revista *Norte y Sur* N° 36, 1930. Estos mensajes enfatizaban la alegría de volver a un hogar bien calefaccionado con «una cena preparada en una cocina a gas».

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



**Tanto los Arquitectos**

como todo el mundo, están  
acordes en reconocer que la

**COCINA A GAS**

es un elemento de confort y  
economía indispensable en  
todo hogar moderno

Nuestros presupuestos consultan facilidades de pago

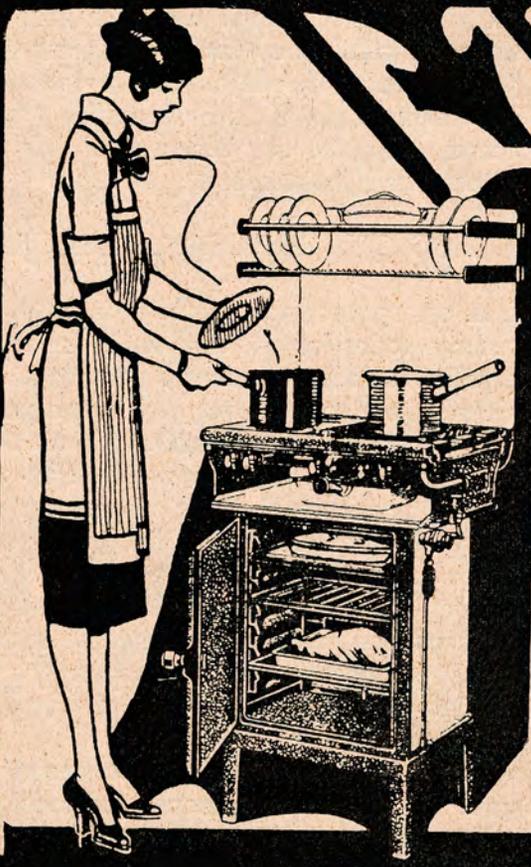
**Cía. CONSUMIDORES DE GAS**

SANTO DOMINGO 1061

**Los modernos artefactos  
a gas como símbolo de  
confort**

Aviso publicado en la revista  
*Arquitectura y Arte Decorati-  
vo* N° 11, julio 1930.

Archivo: Biblioteca Lo Con-  
tador, Pontificia Universidad  
Católica de Chile.



**NUNCA SE HABÍA  
PRESENTADO**  
una mejor ocasión  
para comprar  
una  
**COCINA  
A  
GAS**

**LA COCINA A GAS  
LE CONVIENE MUCHO MAS**

Las más  
Amplias  
Facilidades de Pago

**Cía. DE CONSUMIDORES DE GAS**  
Santo Domingo 1061

Aviso publicado en la *Revista Sistema y Éxito, Pro Cultura Comercial*, N° 4, 1930.  
Archivo: Biblioteca Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile.



**UN BUEN OBSEQUIO**  
en todo tiempo.  
**LA COCINA A GAS**  
significa bienestar perdurable y economía permanente.

VISITENCS Y CONSULTE FACILIDADES DE PAGO  
**Cía. Consumidores de Gas**  
Santo Domingo 1061

Aviso publicado alrededor de 1930, que destaca las ventajas de una cocina a gas como artefacto doméstico de larga duración y económico. Archivo: Fundación GASCO.

En el Concurso Escolar de Noviembre 1932 se preparó un almuerzo de 4 platos para 6 personas y el consumo de GAS fué sólo \$ 0.15

**QUIEN PRUEBA UNA VEZ PREFERE**

**COCINAR CON UNA COCINA A GAS**

**PAZ**

**EXPERIENCIA**



Anuncio sobre concurso de cocina escolar publicado en revista *Zig-Zag*, N° 1.541, Santiago, octubre de 1934. Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontificia Universidad Católica de Chile.

# COCINAS A GAS

CALENTADORES A GAS

ESTUFAS A GAS

Los Artefactos  
a Gas  
son insustituibles en el hogar.

Sus cualidades de:

**Economía,  
Rapidez y  
Seguridad**

los hace destacarse con inmensas ventajas sobre los sistemas similares

VISITE NUESTRA EXPOSICION  
FACILIDADES DE PAGO

**Cía. de Cons. de Gas de Santiago**

**SANTO DOMINGO 1061 - Teléfonos 82121-22**

Publicidad de la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago destinada a difundir el uso de cocinas, calentadores y estufas a gas, publicado en la revista *Interview* N° 3, enero 1934, que circulaba en Santiago.

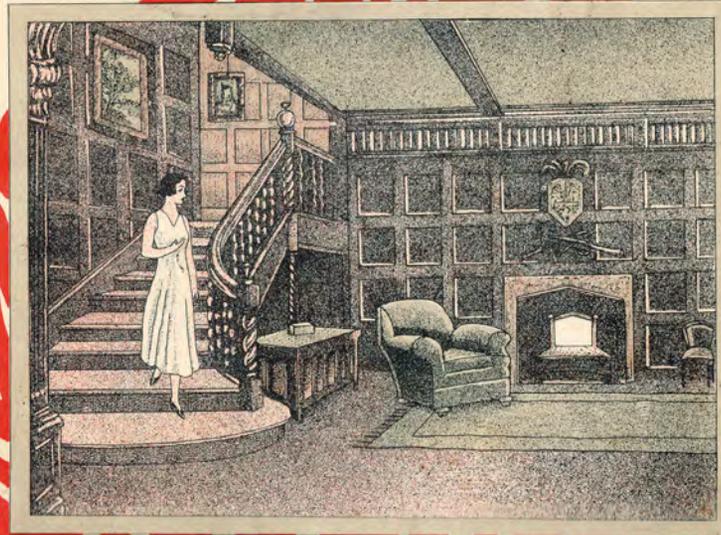
Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

**USE COCINA  
GAS**

**ECONOMIA  
RAPIDEZ  
HIGIENE**

**COMPANIA DE CONSUMIDORES DE GAS**

Publicidad de la *Revista de Arquitectura* N° 2, octubre 1935, que utiliza términos característicos de la era moderna. Archivo: Biblioteca Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile.



Los  
**Artefactos a Gas**  
 son insustituibles para el hogar

Sus cualidades de  
**ECONOMIA EFICIENCIA Y FACIL MANEJO**  
 los hace destacarse con inmensas ventajas  
 sobre los sistemas similares

*La Cia de Gas tiene en exposicion y venta los ultimos y mas  
 practicos modelos en Cocinas Calentadores de agua y Estufas*

**VISITE NUESTRA EXPOSICION  
 FACILIDADES DE PAGO**

**CIA. DE CONSUMIDORES DE GAS DE STGO.  
 STO. DOMINGO 1061**

**Artefactos a gas: símbolo de comodidad, modernidad y estatus social**

Anuncio publicado en la *Revista de Arquitectura* en 1935.

Archivo: Biblioteca Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile.



LOS ARTEFACTOS A GAS  
SON INSUBSTITUIBLES EN EL HOGAR.

SUS CUALIDADES DE

**ECONOMIA,  
RAPIDEZ  
Y  
SEGURIDAD**

LOS HACEN DESTACARSE CON INMENSAS VENTAJAS  
SOBRE LOS SISTEMAS SIMILARES.  
FACILIDADES DE PAGO.

**CIA. DE CONSUMIDORES DE GAS  
DE SANTIAGO**

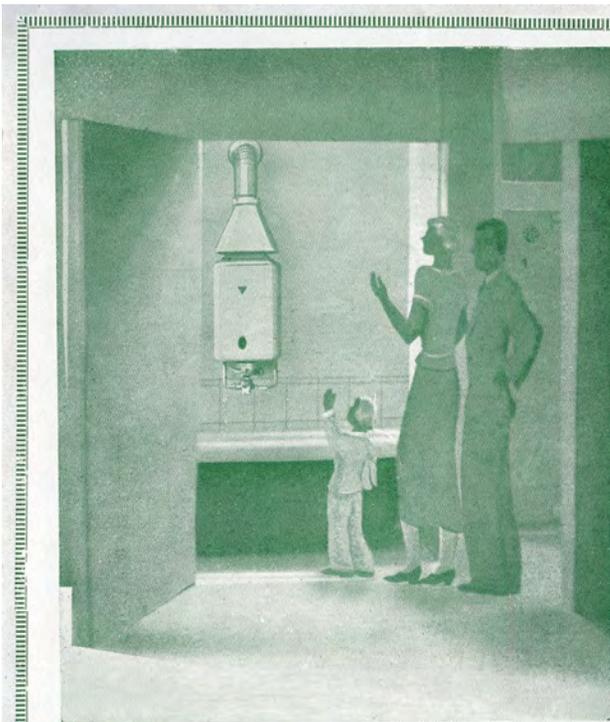
SANTO DOMINGO 1061. — TELEFONOS 82121 - 22.



**El crédito cobra cada vez  
más relevancia en la venta  
de artefactos**

Aviso publicado por la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago en revista *Ecran* de 1934.

Archivo Patrimonial GASCO.



Con un baño tibio  
diariamente  
fortificará su orga-  
nismo y reanimará  
su espíritu

◆  
**Consulte nuestras  
grandes facilidades  
de pago.**

◆  
**Cía. de Gas de Valparaíso**

◆  
VALPARAISO — VIÑA DEL MAR

Anuncio de la Compañía de Gas de Valparaíso, revista *Urbanismo y Arquitectura*, N° 6, agosto de 1936.

Archivo: Biblioteca Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile.



*Comfort y Belleza*

La cocina a gas es limpia, económica, cómoda y no tiene piezas que se descompongan o se quemen. Funciona con rapidez y sencillamente desde el primer día hasta el último.

Sólo con gas se cocinan bien los alimentos.

COMPANIA DE  
**CONSUMIDORES  
DE GAS**

SANTO DOMINGO 1061  
TELEF. 82121 - SANTIAGO

CGS

**CONSEJOS PARA ECONOMIZAR  
GAS EN LAS COCINAS**

1. Cuando el agua principie a hervir, disminuya inmediatamente la llama. Herviendo a borbotones se gasta nueve veces más gas que con un hervor suave y no se adelanta nada, antes al contrario, los guisos se arrebajan y pierden su sabor.
2. Las ollas deben estar siempre tapadas; si se tiran destapadas, se gasta cinco veces más gas.
3. No call te una gran tetera de agua, cuando sólo necesita una o dos tazas.
4. No coloque una olla chica en un quemador grande, porque pierde inútilmente calor.
5. El quemador del horno gasta más que los otros quemadores, aproveche cada vez que lo enciende para poner en él varias cosas.

Cumpliendo estos consejos, ninguna cocina con otra clase de combustible podrá serle más económica que la cocina a gas.

Vida-11

### Presencia de la marca en medios

En la década de 1930 la compañía comenzó a utilizar una forma abreviada de su razón social: la sigla CGS, que aplicó en algunos avisos publicitarios como este, publicado en el diario *La Nación* en 1935.

Archivo Patrimonial GASCO.

### A calefaccionar el hogar

Uno de los productos indispensables para la vivienda fueron las estufas a gas que se promocionaron en revistas y periódicos como *La Nación* durante la década de 1930. Archivo Patrimonial GASCO.



**CALEFACCION**

VENTA EXTRAORDINARIA DE ESTUFAS  
Adquiera su estufa antes del 30 de Junio

**La Cía. de Gas**

OFRECE LAS SIGUIENTES VENTAJAS:

- 1.º—Fuerte rebaja de precios.
- 2.º—Grandes facilidades de pago.
- 3.º—Surto semanal de una estufa de las adquiridas durante la semana, devolviendo su valor íntegro al favorecido.

Cía. de Consumidores de Gas de Santiago  
SANTO DOMINGO 1061 — TELEFONO 82121

Aviso tipo instructivo, publicado en el diario *El Mercurio* de Santiago, en mayo de 1936. Archivo Patrimonial GASCO.



**En este  
suntuoso edificio  
como en los  
más importantes  
que se construye  
dentro de la ética  
moderna solo se  
emplea la**

**COCINA a GAS**

Cía. Consumidores de Gas de Santiago.

Sto. Domingo 1610  
Teléfono 82121

Haga Ud. lo mismo.  
Modernice su hogar  
instalando una  
**COCINA a GAS**

UNA DE LAS DIVERSAS SALAS DE COCINA DE DICHO EDIFICIO, TODAS EQUIPADAS CON COCINA A GAS.

Escuela Tip, "La Granal Nacional"—Alameda 2303—Santiago de Chile

**El gas, la mejor opción para edificios**

Anuncio publicado en la revista *Urbanismo y Arquitectura* N° 3, de abril de 1936. Archivo: Biblioteca Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile.

**USE COCINA A  
GAS**

Se evitará las dificultades de proveerse de combustibles.

Modelos de todo tipo  
FACILIDADES DE PAGO

**Compañía de Gas**  
De Santiago. — Santo Domingo 1061.



**EL FUNCIONAMIENTO  
DEL ELECTROLUX  
CUESTA MUY POCO**

... gracias a la extraordinaria simplicidad de este moderno refrigerador de gas — SIN PIEZAS MOVIBLES

Cía. Consumidores de Gas de Santiago  
SANTO DOMINGO 1061 — TELEFONO 82121

LA LLAMA QUE ENTRA

**Los refrigeradores a gas**  
Publicidad de refrigerador publicado por la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago en el diario *La Nación* N° 6625, del 16 de enero de 1936. Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

**Use cocina a gas**  
Aviso económico publicado en el periódico *La Nación* N° 6807, del 16 julio de 1936. Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



**EXITO  
JUSTIFICADO:**

La base del agrado del hogar reside en la correcta elección de los artefactos. Asegura el éxito ubicando en su cocina, baños y otros recintos el artefacto de calidad y garantizado por el sello de prestigio



**ARDEGAS**

STO. DOMINGO 1061  
LOCAL DE LA CIA. DE GAS

- SEGURIDAD
- ECONOMIA
- HIGIENE
- RAPIDEZ

ARTIFACTOS A GAS  
AL SERVICIO  
DE SU HOGAR



### La incorporación de Ardegas a la comercialización de artefactos

En 1940 la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago estimó que ya no era necesario impulsar la comercialización de artefactos domésticos en el mercado.

Fue así como se creó la sociedad Ardegas, que se encargó de la administración del local de ventas de la compañía entre 1940 y 1947. Aviso publicado en la revista *Arquitectura y Construcción* N° 6, agosto de 1946.

Archivo: Biblioteca Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile.

## Dos pollos afortunados



**UN POLLITO.** — ¡Cómo nos envidiaría nuestra abuela trintre que fué asada al puro palo, si nos viera asándonos en esta comfortable cocina a gas.

**CIA. DE CONSUMIDORES DE GAS.**

Grandes facilidades de pago. — Santo Domingo 1061.

### El humor en la publicidad

Este anuncio en la revista *Topaze* N° 214, del 28 de agosto de 1936, da cuenta de la diversificación de la compañía respecto a su público objetivo, apelando al humor y a la representación de la cocina popular.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



#### Efemérides nacionales

Cubierta y cabezal del periódico GAS, en su edición 40 del año 1941. A través de estos medios impresos la compañía se comunicaba con su personal para lo cual se valía de recursos gráficos que apelaban a un imaginario popular. A su vez, resultaba una buena oportunidad para conmemorar ciertos ritos como Fiestas Patrias, Navidad, Semana Santa o Año Nuevo.

Archivo Patrimonial GASCO.

### Capítulo 3

#### GAS LICUADO: ENERGÍA INNOVADORA (1941-1970)

Tras las primeras faenas extractivas de petróleo en Tierra del Fuego iniciadas en 1945, comienza una importante etapa en materia energética para el país. La década de los años 50 del siglo XX partió con la creación, mediante la Ley 9.618 del 19 de junio de 1950, de la Empresa Nacional del Petróleo (ENAP), cuyo rol estratégico sería el abastecimiento de hidrocarburos y sus derivados para el país como los subproductos propano y butano, que combinados forman el gas licuado. Todo esto llevó a la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago a realizar cambios sustanciales en su estrategia de negocios y forma de comunicarse con sus clientes.

ENAP convocó a una licitación para el servicio público de distribución de gas licuado en Santiago y San Antonio por un período de 30 años. La compañía se interesó desde el primer momento en sumar este nuevo combustible que -dado lo fácil de envasar y transportar- parecía ser el complemento perfecto al gas de cañería, ya que podría ofrecerlo en aquellos sectores de la ciudad a los que, hasta entonces, no había podido llegar debido al alto costo de construir redes subterráneas. Por Decreto Supremo N° 1.297, del 29 de marzo de 1955, la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago obtuvo la concesión para la distribución de gas licuado en una zona que incluía el área urbana de Santiago, San Bernardo, Puente Alto, Buin, Talagante, Melipilla, San Antonio, Llole y Maipú, por lo que sus inversiones se focalizaron en acondicionar la infraestructura necesaria para ofrecer este nuevo servicio a sus clientes. Esta misma concesión también fue otorgada a Abastible y Codigas, por lo que el negocio del gas licuado en la capital se inició en un ambiente de fuerte competencia que obligó a la compañía a desplegar diversas y eficientes campañas publicitarias, centrándolas nuevamente en la fabricación y venta de artefactos domésticos, ahora a gas licuado.

Entre 1947 y 1952 los locales de venta ubicados en la oficina central de Santo Domingo 1061 fueron administrados por Mademsa. A fines de 1953, GASCO inauguró su Departamento Comercial, que además de artefactos a gas ofrecía artículos de menaje y casa, en su mayoría relacionados con cocina y repostería. La compañía buscó introducirse en los hogares a través de aparatos que llevaban su propia marca e imagen, lo que dio origen a la sigla GASCO. Su lanzamiento fue en un aviso publicado en la edición especial que celebraba el medio siglo de la revista *Zig-Zag*, en diciembre de 1954. Ahí también debutó el primer personaje publicitario de la firma: el operario Cupertino Galdámez, en versión dibujo.

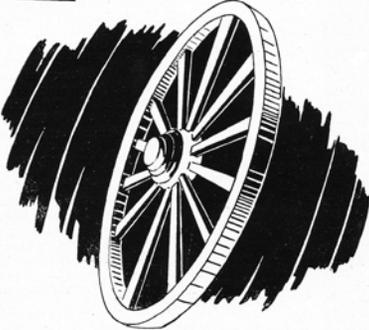
En febrero de 1955 irrumpió la placa ovalada con la palabra GASCO en una tipografía moderna en su interior, de la que sobresale una «llama» de los quemadores. Este isologotipo, como marca para los artefactos a gas, fue la primera identidad visual de la empresa y comenzó a aplicarse en todas las piezas gráficas hasta mediados de los 60.

Los cilindros fueron clave en el proceso de instalación de la marca GASCO en los hogares y la mente de los consumidores. En ellos se estampaba una versión simplificada del logotipo, en rojo oscuro sobre la superficie gris del envase metálico. El primer formato en aparecer fue el de 11 kilos, seguido poco después por el de 45 kilos.

El crecimiento del negocio de artefactos llevó a crear -en sociedad con Philco-Chile S.A.C.- la filial Departamento Comercial GASCO Ltda. en 1959, que tuvo un éxito creciente en la venta de cocinas, calentadores de agua, estufas y otros artefactos marca GASCO. Asimismo, se asoció con industrias como Enlozados Fensa, que fabricaba las estufas infrarrojas de gas licuado GASCO. Su filial INDUGAS -dedicada a la fabricación y venta de artefactos domésticos, medidores, válvulas, reguladores y otras piezas- obtuvo licencias de compañías extranjeras como la alemana Junkers, para la fabricación de calefones.

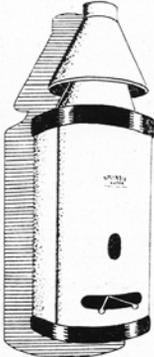
DELWERBE  
1946

# La rueda...



Fué el primer invento sobre el movimiento de rotación.  
La rueda gira alrededor del eje...

Alrededor de su hogar gira el Califoni  
"SPLENDID-SUPER"  
Totalmente enlozado y que funciona  
con sólo un litro de agua.




Fabricantes: SPLENDID, INDUSTRIAS UNIDAS, S. A., Casilla 1544  
Distribuidores: Cia. de Gas, Ardegas, y los mejores casas de sanitarios.

Aviso publicado en la revista *Arquitectura y Construcción* en enero de 1946, que promociona el calefón Splendid-Super, fabricado en Chile y disponible en la Compañía de Gas de Santiago, cuyo local de venta era administrado en esa época por la sociedad Ardegas.

Archivo Patrimonial GASCO.

Los avisos publicitarios de estos años enfatizan la experiencia y trayectoria de la empresa fundadora de Comercial GASCO, como garantía de calidad para los artefactos. Destacan, por ejemplo, que la nueva línea de cocinas GASCO está íntegramente diseñada por ingenieros de la compañía y que se han incorporado en ellas todos los adelantos de la industria. Con el fin de marcar diferencia, la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago, contrató agencias de publicidad como Taurus, Stanley y Grant Advertising, en cuyo trabajo se nota la influencia de estilos y modelos publicitarios internacionales, sobre todo estadounidenses, que se fueron incorporando en el imaginario chileno desde mediados del siglo XX.

La rápida aceptación del gas licuado coincidió con un acelerado crecimiento de Santiago, cuya población aumentó 80% entre 1953 y 1975, llegando ese último año a 2.436.398 habitantes. El área urbana se duplicó en una expansión desordenada, por lo que la distribución de gas licuado se convirtió en un servicio clave para dotar de energía a los nuevos sectores de la ciudad, especialmente en conjuntos habitacionales levantados en las zonas oriente y sur para los sectores medios y altos. Las inversiones en infraestructura y su estrategia de comunicación hacia los consumidores, permitieron que en 1962 GASCO se ubicara como empresa líder en la distribución de gas licuado de la provincia de Santiago, con 47 % de este mercado y 55.000 clientes. Para atenderlos mejor, abrió una red de sucursales, incluyendo locales de concesionarios y subdistribuidores en barrios populares y oficinas de atención a público.

En la publicidad de la década de los años 60, la temática más frecuente era una combinación de la novedad tecnológica de los aparatos, con escenas idealizadas de familias o grupos de amigos, disfrutando de las bondades de estos artefactos. Las principales revistas donde se publicaban estos avisos, dirigidos al público general y a la dueña de casa, eran *Eva*, *Paula*, *Ercilla*, *En Viaje*, *Saber comer... y vivir mejor*, y *Zig-Zag*.



#### **Publicidad del gas coke**

Como los principales clientes del gas coke eran establecimientos fiscales, instituciones de beneficencia y empresas metalúrgicas y sus propios accionistas, empleados y obreros (quienes tenían derecho a un importante descuento), el estilo de los avisos era austero. Utilizando menos recursos gráficos, se limitaban a informar la dirección y el teléfono para comprarlo. Aviso publicado en revista *Zig-Zag* N° 2143, 18 de abril de 1946.

Archivo Patrimonial GASCO.

A partir de 1964 desapareció de los avisos la mención del Departamento Comercial. Quien promocionaba los artefactos, productos y servicios era la propia compañía, cuyo nombre abreviado -Cía. de Consumidores de Gas de Santiago- se integró dentro de un nuevo logotipo encabezado por la palabra GASCO. Este cambio gráfico de la marca fue diseñado por la agencia Stanley y Grant Advertising, mediante el cual se le otorgó una impronta más geométrica y moderna. Este nuevo identificador gráfico, con el color rojo para GASCO y una gama de celestes para el resto del texto, fue registrado por la compañía en el Departamento de Propiedad Industrial en 1965.

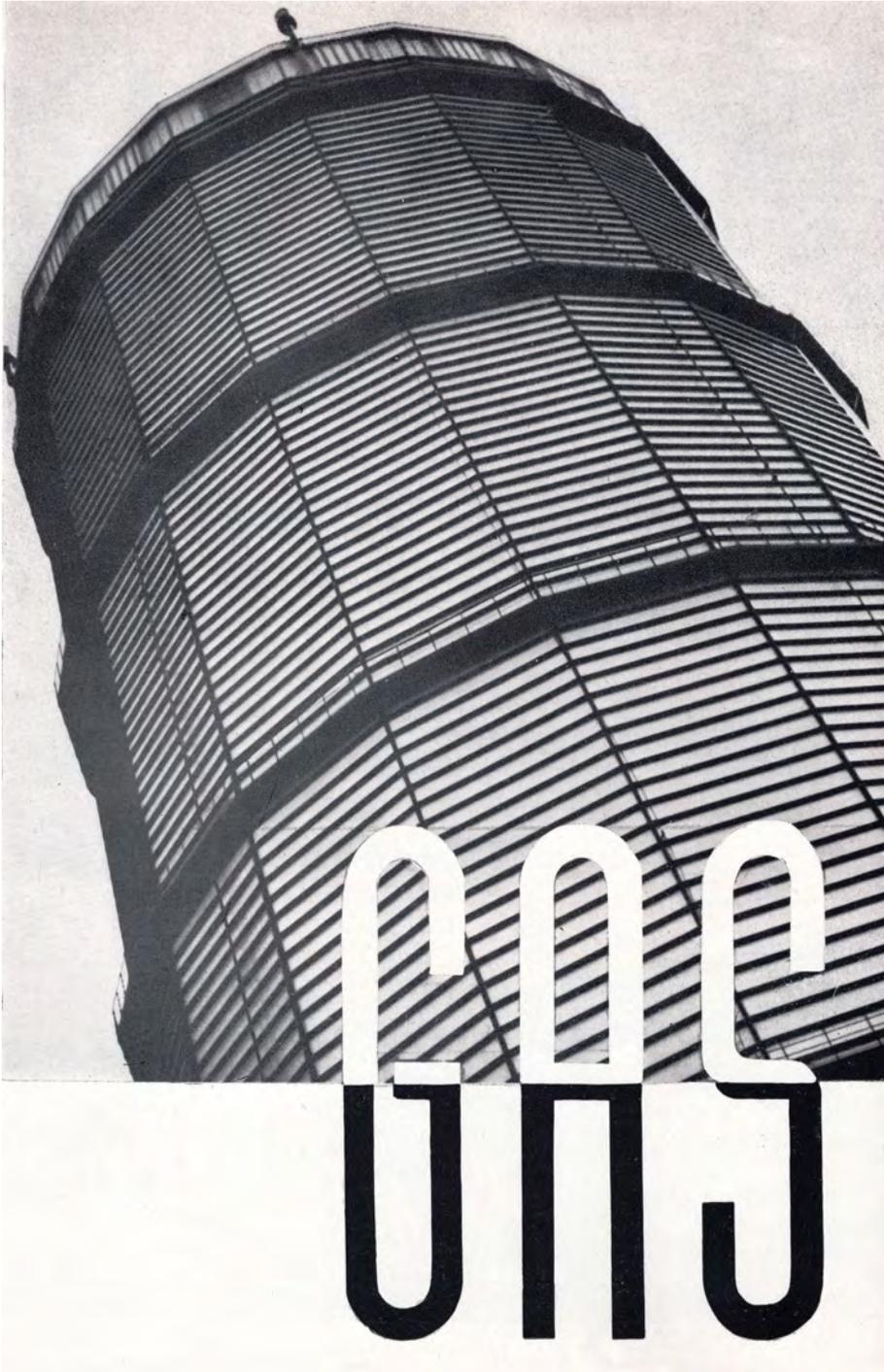
La estrategia publicitaria desplegada desde entonces se caracterizó por avisos que transmiten la experiencia de una compañía innovadora y su personal especializado, dando garantías de seguridad y calidad, enfocada en servir a sus clientes. Apareció la frase «GASCO, moderna empresa de los consumidores», asociada al nuevo logotipo. Gracias a su red de locales ofrecía «una sucursal en cada barrio y un vendedor en cada hogar» y soluciones ajustadas a las necesidades de personas, familias, empresas constructoras, comercios o fábricas, asegurándoles las más ventajosas condiciones y destacando artefactos «modernos» al ser transportables, automáticos o de fácil manejo.

La Compañía de Consumidores de Gas de Santiago también llevó a cabo importantes innovaciones en los procesos de producción y distribución de gas de cañería. Durante la primera mitad de la década de 1960 la rentabilidad de este negocio, cuyas tarifas eran fijadas periódicamente por decreto estatal, se mantuvo baja y la extensión de la red y el número de clientes conectados tuvo un menor crecimiento. Una primera medida tomada por la compañía para bajar costos, mantener sus clientes y mejorar los resultados, fue la automatización de las plantas de gas de carbón y de gas de coque que operaban en la Fábrica San Borja. A esto se sumó, poco después, la inyección de gas licuado vaporizado en la red de gas de cañería.

Pero un importante desafío para la empresa seguía siendo poder ofrecer a sus consumidores un gas más limpio y libre de residuos. Esto se logró en 1966 con la instalación y puesta en marcha de una planta capaz de producir gas a partir del cracking catalítico de hidrocarburos: la Onia Gegi. La empresa comenzó a ofrecerlo bajo el nombre de «gas refinado», término que aludía al cambio en las materias primas y la mayor pureza del combustible, pasando del carbón a otras materias primas ahora disponibles. Esto permitió que el carbón fuera reemplazado progresivamente por la nafta, hasta desaparecer del proceso en 1974.

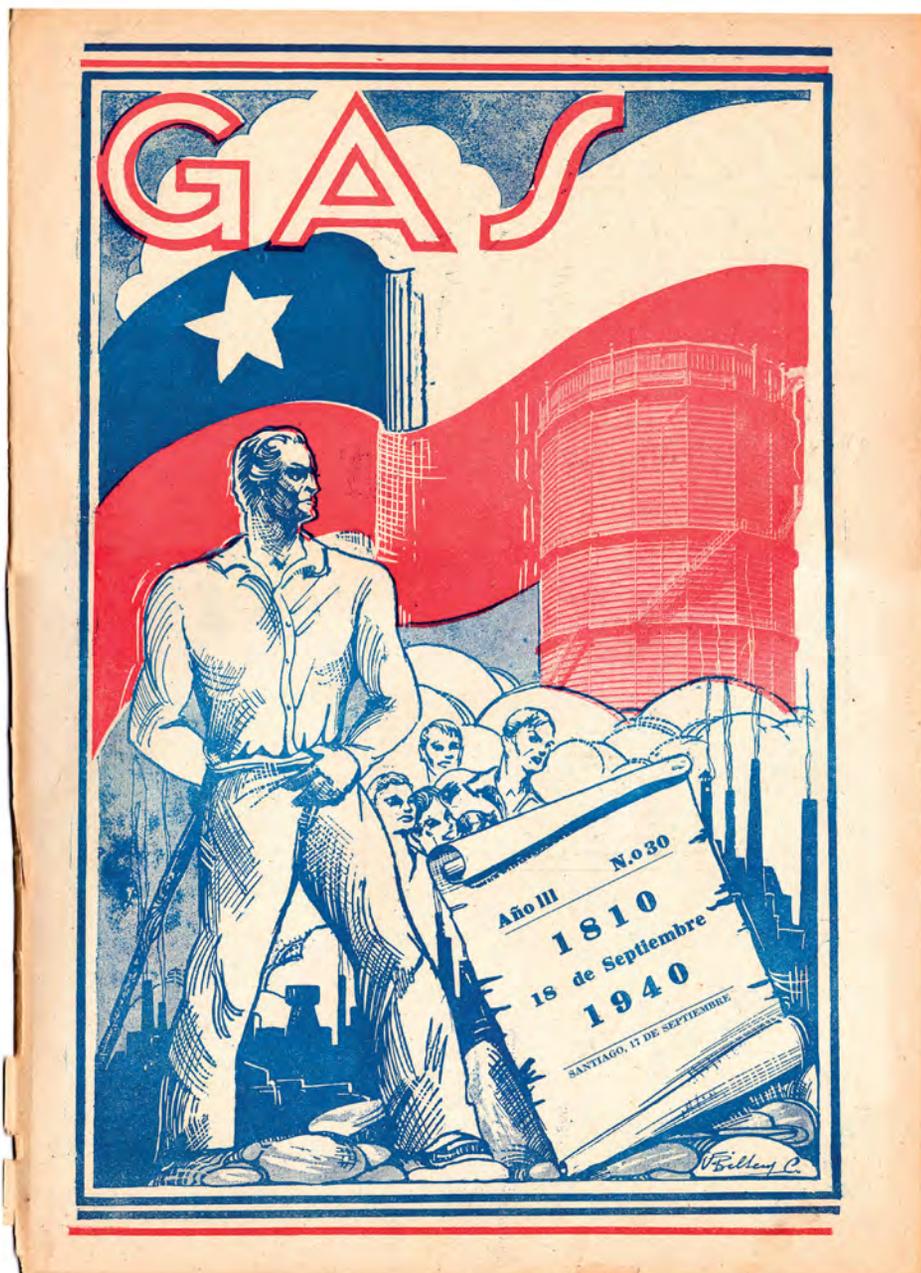
La promoción del gas de cañería o «gas refinado» se centró en la conveniencia de estar conectado a la red de la compañía. Un eslogan frecuente en la publicidad del gas refinado era «GASCO sabe más de gas». El saber hacer de GASCO destaca en los avisos dirigidos a clientes industriales y comerciales. A este segmento, la compañía y su filial Indugas, constituida como sociedad anónima en 1967, ofrecían maquinarias, quemadores, equipos de combustión y asesoría de sus ingenieros y técnicos, avalados por «más de 100 años de renovadas experiencias en materia de Gas».

En ese entonces, en cuanto a su identidad, GASCO es considerada como marca y empresa, sintonizada con el consumidor y comprometida en suministrar productos y servicios a la medida de sus necesidades, que va desde las más simples en el hogar -cocinar, calefaccionar o contar con agua caliente- hasta complejos procesos de combustión industrial.



### Imágenes icónicas

La fotografía empezó a utilizarse en estos años para dar a conocer las plantas de la compañía, su moderna infraestructura, y los edificios y proyectos inmobiliarios que se levantaban en comunas como Providencia y Ñuñoa, dotados de central de agua caliente o sistemas de calefacción central, novedosos para la época. Este tipo de avisos se publicaron en revistas especializadas como *Auca*, *Revista Chilena de Ingeniería* y *Revista CA*. Este aviso en la revista *Arquitectura y Construcción* N° 1, de diciembre de 1945, muestra un gasómetro como símbolo de modernidad tecnológica. Archivo: Biblioteca Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile.



### Comunicaciones internas

En 1952 la empresa tenía 1.132 trabajadores, de los cuales 268 eran empleados y 864 obreros. Como responsable de las comunicaciones internas de la compañía, el Departamento de Personal promovió la publicación de volantes, folletos y periódicos que dieron cuenta de la preocupación de la empresa por su identidad visual. El periódico de los trabajadores se llamaba GAS donde aparecían las figuras del empleado, el obrero y, como telón de fondo, la icónica imagen de los gasómetros de la Fábrica San Borja. Cubierta del periódico Gas N° 30 del año 1940.

Archivo Patrimonial GASCO.



Cubierta del periódico Gas  
Nº 33 de 1940.  
Archivo Patrimonial GASCO.

# **Cía. de Consumidores de Gas de Santiago**

## **Gerencia y Oficina Central**

CASILLA 80-D :: SANTO DOMINGO 1061 :: TELEF. 82121 - 82122

## **Fábrica de San Borja y Oficinas Ingeniero**

ANTOFAGASTA 3424 — TELEFONO 90045

## **Oficina Distribución y Medidores**

SERVICIO DE EMERGENCIA

ERASMO ESCALA 2612 — TELEFONO 91025

## **Almacenes de Venta**

ARTEFACTOS Y SUBPRODUCTOS

SANTO DOMINGO 1061 — TELEFONO 82121

## **Aplicaciones Industriales**

PROYECTOS, PRESUPUESTOS, ETC.

SANTO DOMINGO 1061 — TELEFONO 82121

## **Reclamos y Atención al público**

SANTO DOMINGO 1061 — TELEFONO 82121

Imp. Lagos y Vera.

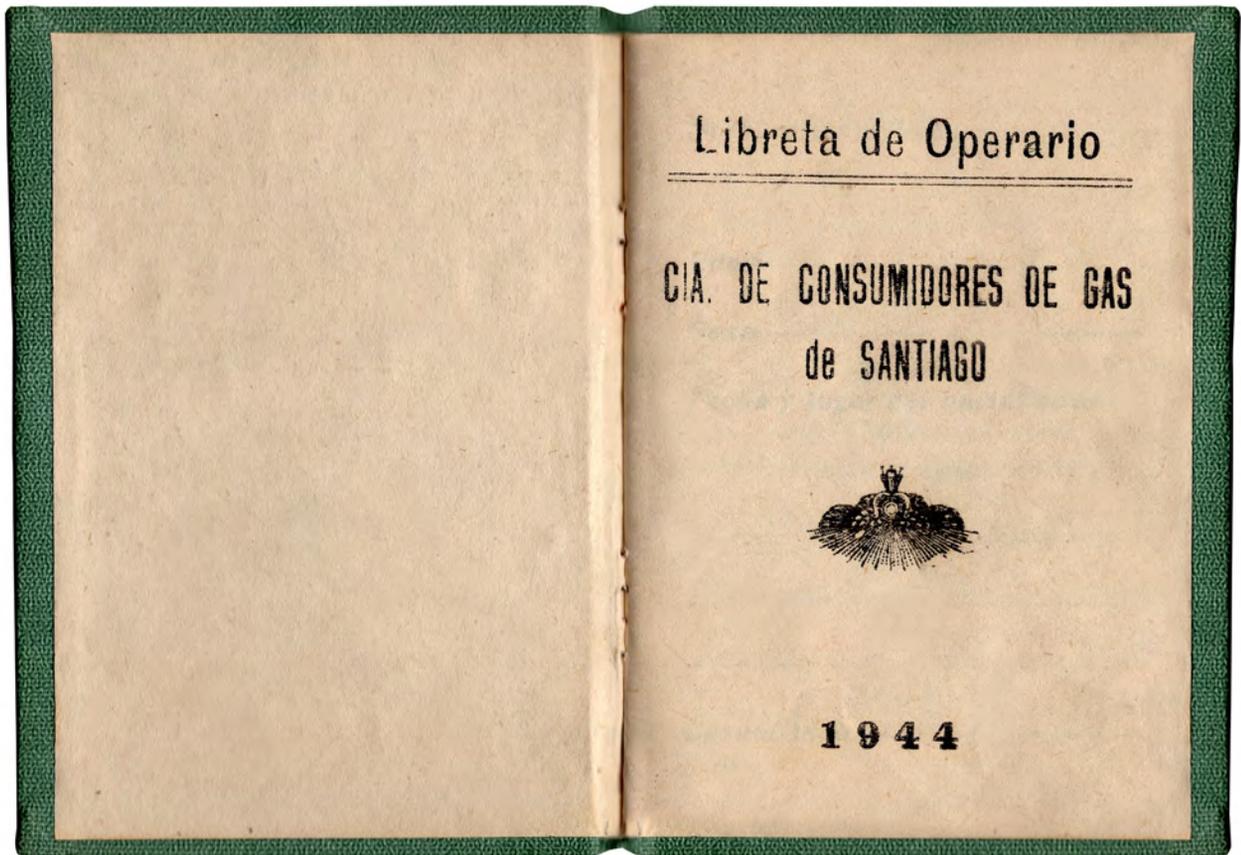
## DIEZ CONSEJOS PARA ECONOMIZAR

# GAS



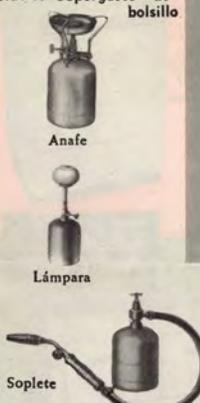
- 1.º No encienda los quemadores hasta que las vasijas que se van a emplear estén a punto de ser colocadas en el fuego.
- 2.º No deje encendidos los quemadores cuando no estén en servicio. Los fósforos cuestan más baratos que el gas.
- 3.º Cuando el contenido de las vasijas empiece a hervir, disminuya inmediatamente la llama y use la llama chica. Hirviendo a borbotones se gasta más que con hervor lento, los guisos se arrebatan y pierden su sabor.
- 4.º No emplee vasijas abiertas. Los utensilios sin tapa aumentan el consumo.
- 5.º No caliente una gran tetera de agua cuando sólo necesita una o dos tazas.
- 6.º El quemador del horno gasta más que los otros quemadores. Aproveche cada vez que se encienda para poner en él varias cosas. No deje abierta su puerta pues se pierde calor. Si el horno de su cocina tiene quemadores giratorios, no olvide que la llama vertical sirve para asar y la horizontal, que da calor uniforme, sirve para cocer pastelería.
- 7.º Cuide de que las llamas de los quemadores no sean rojas o amarillentas. Las llamas deben ser azules para conseguir mayor economía y para evitar que se tiznen las vasijas. Para corregir este defecto no tiene más que avisarnos y tendremos mucho gusto en atenderlo gratuitamente.
- 8.º No deje que los orificios de los quemadores se obstruyan. Con esto no sólo evita un desperdicio de gas, sino también la posibilidad de inutilizar el quemador.
- 9.º No debe emplearse el Calentador del baño para calentar pequeñas cantidades de agua. Estos artefactos son contruídos para calentar rápida y económicamente cantidades superiores a ocho litros. Si se enciende, por ejemplo, para llenar un vaso de agua, obligadamente se calienta una cantidad mayor, con el consiguiente aumento en el consumo de gas.
- 10.º Ninguna economía se obtiene cerrando a la mitad, o más, la llave del medidor o la de paso de la cocina. Tal práctica sólo acarrea un mal funcionamiento de los artefactos que deben recibir la presión total del gas.

Cía. de Consumidores de Gas de Santiago



Libreta de Operario de la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago donde se consignaban datos como el nombre y apellido del sujeto, la edad, la ocupación y la naturaleza de ésta con la empresa. Ello daba cuenta de su compromiso con la compañía. Archivo Patrimonial GASCO.

**Artefactos Supergasco de bolsillo**



Anafe  
Lámpara  
Soplete

Los Artefactos Gasco han sido diseñados y especificados por los Ingenieros de la Compañía de Gas. Hechos para durar y servir toda una vida, la Compañía de Gas los respalda con su experiencia centenaria y está a las órdenes de los hogares con su Servicio Técnico permanente.

MODELO "A" CALL-FONT; Capacidad 12 litros por minuto. Medidas: Alto 920 mm.; Fondo 250 mm.; Frente 400 milímetros.

ESTUFA MODELO F. 5.

ADQUIERALOS EN **COMPANIA DE GAS** O DONDE SU  
SANTO DOMINGO 1061 DISTRIBUIDOR GASCO

Entre a su casa...  
...y vea qué bien se vive con

**Gama de artefactos para gas de cañería y gas licuado SuperGASCO**

La estrategia de la compañía para incursionar en el nuevo combustible y mantener su liderazgo en el mercado del gas fue involucrarse nuevamente en la fabricación y venta de artefactos domésticos, ahora a gas licuado. Folleto publicado en la década de 1950 por la compañía para uso de gas de cañería y licuado. Archivo: Pedro Álvarez Caselli.



MODELO SN - 2. Dos platos, horno aislado. Medidas: Alto 800 mm.; Fondo 435 mm.; Frente 530 mm.

MODELO S - 2. Dos platos, horno aislado. Medidas: Alto 800 milímetros; Fondo 430 mm.; Frente 935 mm.

MODELO S - 4. Cuatro platos, horno aislado. Medidas: Alto 800 mm.; Fondo 560 mm.; Frente 935 mm.

MODELO SN - 4. Cuatro platos, horno aislado. Medidas: Alto 800 mm.; Fondo 570 mm.; Frente 530 mm.

MODELO G - 138. Costanilla dos platos de sobre mesa.

MODELO S - 2. Dos platos, horno aislado. Medidas: Alto 800 mm.; Fondo 430 mm.; Frente 560 mm.

MODELO S - 4. Cuatro platos, horno aislado. Medidas: Alto 800 mm.; Fondo 560 mm.; Frente 560 mm.

MODELO G - 152. Cinco platos, Churrasquera, dos hornos. Medidas: Alto 780 mm.; Fondo 550 mm.; Frente 1.200 mm.

ARTEFACTOS **GASCO** PARA GAS CORRIENTE Y **SUPER GASCO** PARA SUPERGASCO

Economizan Valorizan Dan servicio infalible



#### **El protagonismo de la «llama» en la marca**

Isologo utilizado por la compañía en los inicios de la década de 1950. Este identificador gráfico, con algunas modificaciones posteriores, se mantuvo vigente hasta 1964. Diseño de la agencia Taurus Publicidad.

Archivo Patrimonial GASCO.



#### **Nueva marca de la compañía**

Primer identificador gráfico en forma de isologo registrado en el Departamento de Propiedad Industrial (hoy Inapi) en 1965. La agencia Grant Advertising le dio una impronta más geométrica y moderna e incorporó el tagline Cía. de Consumidores de Gas. A pesar de que no existió una normativa institucional que considerara directrices sobre uso de colores, variables de tamaño y definición de una tipografía institucional, este supersigno o marca operó desde 1964 hasta 1992.

Archivo: Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI).

# LA NUEVA LÍNEA DE COCINAS GASCO

integramente diseñadas por los ingenieros de la Cía. de Gas **1955!**

**COCINILLA GASCO**  
2 platos y Bandeja de Hornado

**COCINA GASCO**  
2 platos y Horn.

**COCINA GASCO**  
4 platos y Horn.

**COCINA GASCO**  
4 platos y Horn. con Asidera.

**COCINA GASCO**  
4 platos y Horn. Lateral.

**COCINA GASCO**  
semi-Industrial 7 platos, 3 Hornos y Charroquero

**GARANTÍA TÉCNICA**  
gratuita por 1 AÑO

**DEPARTAMENTO COMERCIAL**  
**Compañía de Gas**  
SANTO DOMINGO 1061 • NUEVO LOCAL: IRAMAZVAL 8289

¡Desayunantes! ¡Modernas! ¡Económicas!  
Todos los adelantos de la industria para los modelos más completos y eficientes de Cocinas a Gas!

Examine y decida cuál será la Cocina a Gas GASCO que Ud. comprará.

Y sus necesidades y disponibilidades han sido rigurosamente tomadas en cuenta!

**EXAMINE**

**Primer isologo: se enciende la «llama» de la compañía**

En el aviso del diario *La Nación*, 2 de febrero de 1955, que promociona la nueva línea de cocinas, aparece el isologo ovalado con la sigla GASCO y se estrena la imagen de la «llama», que pasaría a ser emblemática. Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

Oiga por primera vez en su vida  
Música en

# TOTAL DIMENSION

*Phonorama* PHILCO  
M. R.

...¡Es asombroso! Oyendo una Radioemisora, reproduciendo sus discos predilectos... con el *Phonorama* Ud. goza de la más amplia, pura, brillante y plena música jamás escuchada!

Ud. tendrá la impresión de tener nuevos oídos... porque oír en Total Dimension y a Todo Color!

**Por Favor:** Mueva el Phonorama y gístele a voluntad al *Control Visual de Tono*. Con él de Ud. mayor color a los Altos, o a los Bajos, lo a ancho a la vez!

**Por Favor:** Fijese en el *Levit Acústico* cuando le mueva exitosamente, a todo alrededor!

Oír para crear... Oiga por fin, lo que su oído puede oír... y no lo que un aparato permite reproducir!

**DEPARTAMENTO COMERCIAL de la**  
**COMPAÑIA DE GAS**  
SANTO DOMINGO 1061

**Promoción de gas**

El Departamento Comercial de la compañía de gas también ofrecía a los consumidores la posibilidad de acceder a bienes de consumo con garantía técnica gratuita. Archivo Patrimonial GASCO.

Al construir...  
**EXIJALO**  
 Al cambiar...  
**PREFIERALO**  
**Califont GASCO**  
 FUENTE DE CALIDAS COMODIDADES.

Señores Arquitectos y Constructores: Consulten nuestras especiales condiciones de venta y valoricen la pieza más importante de la construcción a su cargo. Califont GASCO une a su calidad inigualada, diseño moderno en las más adecuadas dimensiones.

El Califont Gasco está diseñado por los Ingenieros de la Cia. de Gas... y diseñado lo mejor posible... para que el usuario siga haciendo del gas su elemento combustible irremplazable.

CON GARANTIA TECNICA GRATUITA POR 1 AÑO

DEPARTAMENTO COMERCIAL de la  
**COMPANIA DE GAS**  
 SANTO DOMINGO 1061 - (PARAZAVAL 3230 ("GAS RUROA"))  
 AVDA. BERNARDO O'HIGGINS 3309 ("GAS ESTACION")  
 PROVIDENCIA 2023 ("GAS PROVIDENCIA")

EL CORAZON DE SU HOGAR



*Califont*  
**GASCO**

EL USO DE LOS ARTEFACTOS A GAS PRODUCE BIENESTAR Y ECONOMIA

COMPANIA DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO  
 SANTO DOMINGO 1061

Anuncios de GASCO  
 publicados en *El Diario Ilustrado* N° 22, de enero de 1956, y N° 238, de agosto de 1956, respectivamente.  
 Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

# Galdames no dormirá esta noche...

TAURUS  
Publicidad



Este obrero se llama  
Cupertino Galdames y  
es técnico de la  
Compañía de Gas.  
A la hora que usted  
lo visite —en los  
Gasómetros—, de 8  
de la noche a 8 de  
la mañana,  
lo encontrará  
despierto y con los  
cinco sentidos puestos  
en los Tableros de  
Control que señalan  
la presión del gas.

## ...para que usted pueda bañarse mañana!

Así como él, hay centenares de técnicos y obreros que, día y noche, velan porque los hogares no carezcan de Gas... , tenga la presión y las calorías adecuadas, y multitud de otras cualidades que le permitirán a usted

\* cocinar \* calefaccionarse \* bañarse  
a cualquier hora que necesite o le plazca.

Compre Artefactos a gas GASCO, diseñados y fabricados por la Compañía de Gas y respaldados por su Garantía Técnica Gratuita y Servicio Técnico Permanente de la Cía.

# Compañía de Gas

Santo Domingo 106

### El hito de la sigla GASCO

En el número especial Medio Siglo de la revista *Zig-Zag* (1905-1955), impreso en diciembre de 1954, la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago publicó un aviso que destacaba la confianza que brindaba la empresa a los clientes conectados a su red, personalizada en la imagen de un operario de la Fábrica San Borja. En el lado izquierdo del aviso se incluyó por primera vez la sigla GASCO con que hasta hoy se conoce la empresa, pero sin darle todavía ningún tratamiento gráfico. Aquí se advierte la influencia del dibujo publicitario realista de origen estadounidense, que utilizaban firmas como General Electric, RCA corporation o Westinghouse. Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontificia Universidad Católica de Chile.

La llama del progreso llega a la NUEVA **VILLA MACUL**

300 casas de Empleados Particulares recién construidas serán servidas con

# SUPERGASCO

EL GAS SIN CAÑERÍA QUE DISTRIBUYE LA COMPAÑÍA

**EMPART** ha dado término a la construcción de un conjunto de casas para Empleados Particulares. La Compañía de Gas de Santiago ha realizado la instalación y dotación de Calentadores para Supergasco (gas licuado) del total de la nueva Población, a la que suministrará Supergasco para sus necesidades de cocinas y baño.

**SEÑORES PROPIETARIOS:** Completen su instalación de Supergasco adquiriendo

**COCINAS GASCO PARA Super GASCO**

Así, una sola entidad -y la más experimentada y responsable del país- tendrá a su cargo todo lo referente a gas licuado: Instalación, Artefactos y puntual suministro.

**EXTRAORDINARIAS FACILIDADES DE PAGO**

Atención y demostraciones en la misma POBLACION MACUL Calle N° 8 - 4137

**COMPANIA DE GAS**

### SuperGASCO, el gas sin cañería se expande

Aviso diseñado por la agencia Taurus que usa la denominación «SuperGASCO» para referirse al gas licuado, cuyo uso promociona mediante el eslogan «la llama del progreso». Fue publicado en *El Diario Ilustrado* en 1957. Archivo Patrimonial GASCO.

## CASI UN SIGLO DE EXPERIENCIA AL SERVICIO DE LOS HOGARES SANTIAGUINOS

94 años de servicio. \$ 6.000.000.000 (seis mil millones de pesos), (seis millones de escudos) en CAPITALES.

1.000 KM. DE RED DE CAÑERÍAS. 1.180 OBREROS, EMPLEADOS Y TECNICOS están a disposición de usted.

Artefactos para ambas clases de Gas - Instalaciones - Gas de Cañería - Gas Licuado - SERVICIO TECNICO

### CON CAÑERÍA O SIN CAÑERÍA... MEJOR LE SIRVE LA COMPAÑÍA!

El combustible más cómodo y económico, EL GAS... lo tendrá usted siempre en su hogar, viva donde usted viva.

- Si en su sector hay RED DE GAS, conéctese a ella y sirvase del GAS DE CAÑERÍA.
- SI NO HAY RED DE GAS, instale y use GAS LICUADO DE LA COMPAÑÍA DE GAS.
- Garantía de Suministro y Garantía nunca interrumpida.

**GASCO**

**COMPANIA DE GAS DE SANTIAGO**

### Diversificación de la oferta y cobertura de la compañía

En los avisos de esta época se destacaba la atención prestada a los consumidores en cualquier lugar de la ciudad: donde llega con su red de cañería, lleva el gas licuado en cilindros. Aviso publicado en revista *Zig-Zag*, N° 2864, 26 de febrero de 1960. Archivo Patrimonial GASCO.



### Edificios: el mercado residencial de granel

Estanques de almacenamiento de gas licuado instalados en la Villa Olímpica para abastecer a los 2.650 departamentos del conjunto habitacional. Fotografía publicada en la Memoria Anual de la Compañía de 1963. Archivo Patrimonial GASCO.

### La solución moderna del gas licuado para la demanda de grandes consumos

Aviso publicado en *Revista Ercilla* N° 1533 de octubre de 1964, donde se promocionan estanques para almacenar el gas en edificios e industrias de la capital. Archivo Patrimonial GASCO.

**SR. ARQUITECTO  
SR. INDUSTRIAL**

Para las instalaciones de gas licuado en grupos habitacionales, edificios, industrias en general, GASCO pone a su disposición instalaciones de alto valor técnico, con las mejores especificaciones, mediante el uso de estanques de variadas capacidades y los equipos más modernos de calidad internacional.

GASCO ES GARANTIA DE SEGURIDAD POR LA SELECCION DE SUS EQUIPOS, POR LA CALIDAD DEL GAS QUE DISTRIBUYE Y POR LOS MATERIALES EMPLEADOS EN LAS INSTALACIONES.

Antes de resolver, consulte a GASCO al fono 82121, Departamento Técnico. Recuerde...  
**SU PROBLEMA DE COMBUSTION...  
CONFIELO A GASCO.**

**GASCO**  
CIA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO

Santo Domingo 1061 - Rosas 1064

MODERNA EMPRESA DE LOS CONSUMIDORES



**Presencia de la compañía  
en exposiciones públicas**

Fotografía del stand presentado por la Compañía de Gas de Santiago en la Exposición en la Quinta Normal, donde se pone énfasis en la oferta de gas de cañería o gas licuado, revista *Zig-Zag*, 28 de octubre de 1960.

Archivo: Biblioteca Humanidades, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Planta Maipú GASCO, 1964.  
Archivo Patrimonial GASCO.



Artefactos comercializados durante la década de 1960, época en que aparece la marca GASCO y un cilindro de 11 kilos con el color y el identificador gráfico de la época. Durante los primeros años los hoy populares «balones» eran importados por la compañía, pero a partir de 1961 comenzaron a ser fabricados en Chile por Enlozados Fensa S.A. y, más tarde, por la filial Indugas. Fotografías: Omar Faúndez. Archivo Patrimonial GASCO.

**RECETARIO  
CONSEJERO  
NESTLÉ**

*Obsequio para los clientes  
de la Cia de Gas*

**RECETARIO  
CONSEJERO  
NESTLÉ**

*Obsequio para los clientes  
de la Cia de Gas*

**siempre use  
GAS**

**GAS DE CANERIA O GAS LICUADO GASCO**

Departamento Comercial  
**GASCO**  
de la  
**COMPANIA DE GAS**  
SANTO DOMINGO 1061 - TELÉFONO 88209  
Sucursales en todos los barrios

CH 840 G NE STANLEY

**siempre use  
GAS**

**GAS DE CANERIA O GAS LICUADO GASCO**

Departamento Comercial  
**GASCO**  
de la  
**COMPANIA DE GAS**  
SANTO DOMINGO 1061 - TELÉFONO 88209  
Sucursales en todos los barrios

CH 840 G NE STANLEY



**Formas incipientes de merchandising e influencia de la publicidad estadounidense en los avisos**

Portadas de recetarios Nestlé que se obsequiaban a los clientes de la Compañía de Gas de Santiago. Este tipo de ilustración realista y colorida se transfirió desde la publicidad de origen estadounidense a la gráfica de productos nacionales. Diseño de la agencia Stanley, de mediados de 1960. El acercamiento al cliente incluye el uso de conceptos como instantaneidad, experiencia, cercanía, y la presencia de mujeres, parejas, grupos familiares o amigos, disfrutando del grato ambiente y comodidades que ofrecen los artefactos para el hogar GASCO. Archivo Pedro Álvarez Caselli.

*Capacidad*  
**GASCO**

**ARTEFACTOS**  
PARA  
**GAS**  
CON  
**GARANTIA HUMANA**

DEPARTAMENTO COMERCIAL  
**GASCO**  
de la Compañía de Gas  
SANTO DOMINGO 1061

Alameda B. O'Higgins 3333  
Av. Yrarrázaval 3239  
Gran Avenida 7998

Avda. Matta 1028  
Hernando de Aguirre 047

DISTRIBUIDORES EN TODAS LAS PROVINCIAS

«Capacidad Gasco», *Zig-Zag*  
N° 2946, marzo de 1962.  
Archivo: Biblioteca San Joaquín,  
Pontificia Universidad Católica de Chile.

**ESTUFAS INFRARROJO**

a gas licuado o de cañería.

* Características técnicas	● Modelo FM6
Gas licuado	Gas de cañería
Calorías 2.000	Calorías 2.000
Consumo 170 g. hora	Consumo 500 l. hora
Transportable con suma facilidad, lleva adentro el balón de gas.	

- Combustión perfecta con el más alto rendimiento.
- Totalmente libre de olores.
- Economía extraordinaria.
- Máxima seguridad.
- Se maneja con la misma facilidad que usted enciende el plato de una cocina.

DEPARTAMENTO COMERCIAL  
**GASCO**

COMPANÍA de CONSUMIDORES de GAS  
Santo Domingo 1061

Gran Avenida 7998 - Alameda B. O'Higgins  
Avda. Matta 1028 - 3333, Av. Yrarrázaval  
Hernando de Aguirre 047. 3239.

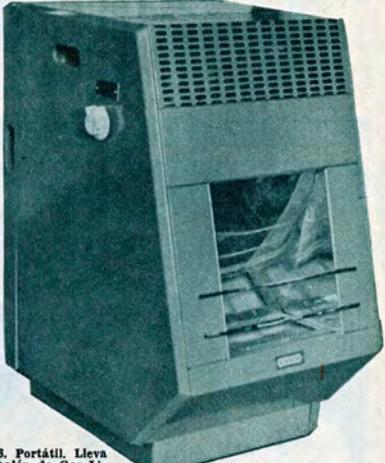
DISTRIBUIDORES EN TODAS LAS PROVINCIAS

«Estufas infrarrojo Gasco»,  
*Zig-Zag* N° 2978, mayo de  
1962.  
Archivo: Biblioteca San Joaquín,  
Pontificia Universidad Católica de Chile.

*Ambiente feliz calefaccionado*



**CON ESTUFAS INFRA-ROJO GASCO**



Modelo FM-6, Portátil. Lleva adentro un balón de Gas Licuado. Usted la transporta de un lugar a otro fácilmente y sin cuidado.

Fijese mucho antes de comprar. ¡Se lo aconseja la Compañía de Gas!

DEPARTAMENTO COMERCIAL



COMPANIA DE GAS

Santo Domingo 1061

Alameda B. O'Higgins 3333. Av. Matta 1028

Gran Avenida 7998. Yrarrázaval 3239

Hernando de Aguirre 047

DISTRIBUIDORES EN TODAS LAS PROVINCIAS

«Ambiente feliz calefaccionado», *Zig-Zag* N° 2938, julio de 1961.

Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontificia Universidad Católica de Chile.

**GASCO**  
le regala  
**CREA HIRMAS**



**con cada máquina de coser ELGIN**

Ya llegó a GASCO esta maravilla de fama mundial. Borda, cose, zurce, ojala, pega botones, hace monogramas, aplicaciones, todo automáticamente... y regala Crea HIRMAS para dos sábanas y una funda, para que Ud. la estrene inmediatamente. Vea los cuatro modelos ELGIN en la sucursal GASCO de su barrio. Pída la visita de un Vendedor a su Domicilio.



**GASCO**  
CIA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO

Santo Domingo 1061 - Rosas 1064 - Fono 85802

Una sucursal en cada barrio, un vendedor en cada hogar.

Grant Advertising 275

«GASCO le regala Crea Hirmas», *Eva* N° 1150, septiembre de 1967.

Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Para tener buena calefacción  
no necesita gastar un dineral...

Adopte: **Estufas  
Infra-Rojo  
GASCO**




No tiene usted para  
qué hacer costosas  
instalaciones, ni tam-  
poco padecer con  
"estufitas" que ape-  
nas calefaccionan un  
rinconcito y provocan  
infinidad de moles-  
tias, hollín, olor, etc...

Modelo FM-6. Portátil. Lleva  
adentro un balón de Gas Li-  
cuido. Usted la transporta de  
un lugar a otro fácilmente y  
sin cuidado.

*Calefacción económica, cómoda, perfecta,  
que no contamina el aire ni da olor  
alguno.*

Fíjese mucho antes de comprar. ¡Se lo  
aconseja la Compañía de Gas!

DEPARTAMENTO COMERCIAL



COMPANÍA DE GAS

Santo Domingo 1061

Alameda B. O'Higgins 3333. Av. Matta 1028

Gran Avenida 7998. Yrarrázaval 3239

Hernando de Aguirre 047

DISTRIBUIDORES EN TODAS LAS PROVINCIAS

«Estufas Infra-Rojo», *Eva*  
N° 845, del 9 de junio de  
1961.  
Archivo: Biblioteca San Joa-  
quín, Pontificia Universidad  
Católica de Chile.

*¡Cocina internacional?*

¡Todo sale mejor en  
Cocinas Gasco!



**COCINAS  
GASCO**

Siempre use  
**GAS**

GAS DE CANERÍA O GAS LICUADO GASCO

DEPARTAMENTO COMERCIAL



de la Compañía de Gas

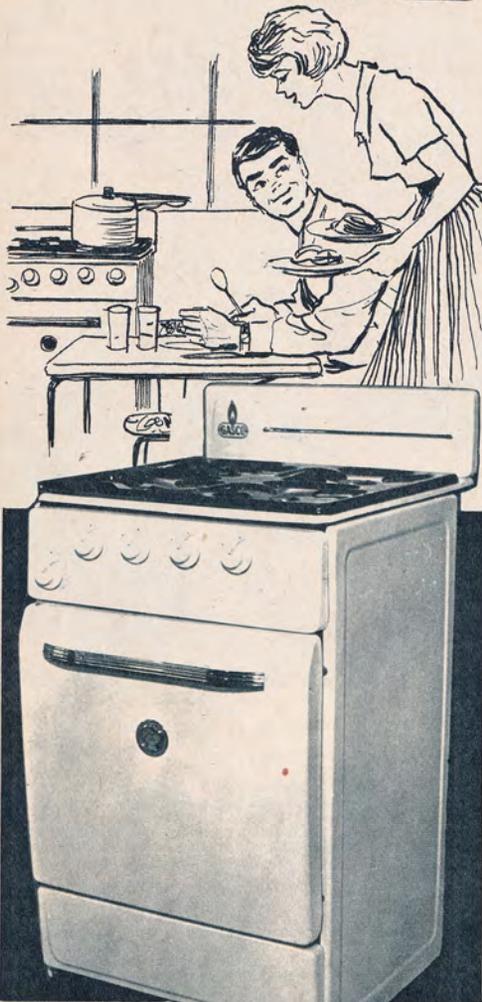
SANTO DOMINGO 1061

Gran Avenida 7998 - Avda. Alameda B. O'Higgins 3333,  
Matta 1028 - Hernando de Aguirre 047. Av. Irarrázaval 3239.

DISTRIBUIDORES EN TODAS LAS PROVINCIAS

«Cocina internacional»,  
*Zig-Zag* N° 2968, diciembre  
de 1961.  
Archivo: Biblioteca San Joa-  
quín, Pontificia Universidad  
Católica de Chile.

**"Hecho"** en un segundo  
con una **COCINA GASCO**



**COCINAS GASCO**

Más modernas,  
Más rápidas,  
Más económicas;  
a gas licuado o de cañería,  
un modelo distinto para cada presupuesto y para cada necesidad.

Departamento comercial.

**GASCO**  
COMPAÑÍA DE GAS Santo Domingo 1061

Alameda B. O'Higgins 3333 Yrarrázaval 3239  
Av. Matto 1028  
Gran Avenida 7998.  
Hernando de Aguirre 047

Distribuidores en todas las provincias

«Hecho en un segundo con una cocina GASCO», *Zig-Zag*, N° 2940, marzo de 1962. Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontificia Universidad Católica de Chile.



“¿Cocina francesa, china, italiana, alemana?...”  
¡Todo sale mejor en Cocinas Gasco!

**COCINAS GASCO**  
siempre use  
**GAS**  
GAS DE CAÑERÍA O GAS LICUADO GASCO

DEPARTAMENTO COMERCIAL

**GASCO**  
de la Compañía de Gas  
SANTO DOMINGO 1061

Gran Avenida 7998 - Avda. Alameda B. O'Higgins 3333,  
Matto 1028 - Hernando de Aguirre 047.

DISTRIBUIDORES EN TODAS LAS PROVINCIAS

«Cocinas Gasco», *Zig-Zag*, N° 2942, agosto de 1961. Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontificia Universidad Católica de Chile.

**ESTUFAS  
INFRARROJO.**



**GASCO**

a gas licuado o  
de cañería.

**Características técnicas**  
Modelo FM6  
Gas de cañería  
Calorías 2.000  
Consumo 500 l. hora

**Gas licuado**  
Calorías 2.000  
Consumo 170 g. hora  
Transportable con suma  
facilidad, lleva adentro el  
balón de gas.

- Combustión perfecta con el más alto rendimiento.
- Totalmente libre de olores.
- Economía extraordinaria.
- Máxima seguridad.
- Se maneja con la misma facilidad que usted enciende el plato de una cocina.

**CIA. CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO**  
STO. DOMINGO 1061

**Las nuevas tecnologías de impresión:  
publicidad impresa en offset color**

Aviso de estufas infrarrojo, con foto-  
montaje e ilustración en color, donde  
se incluye la figura de un gato que  
apareció también en otros anuncios de  
la campaña. Revista *Zig-Zag* N° 2982,  
junio de 1962.

Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontifi-  
cia Universidad Católica de Chile.

**GASCO**

Para todo lo relacionado con gas, nada puede ofrecer algo más completo y apropiado que la Compañía de Gas, con más de 100 años de experiencia.

**COCINA MULTIGAS MODELO F-741**  
 PARA GAS DE CAÑERÍA O GAS LICUADO, INDISTINTAMENTE.

CARACTERÍSTICAS:

- Alto, 0,82 m.
- Frente, 0,53 m.
- Fondo, 0,54 m.

DEPARTAMENTO COMERCIAL  
**CIA. DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO**  
 Santo Domingo 1061.

Avisos de cocinas multigas publicados en medios impresos que resaltan la utilización de la llama figurativa, convertida ahora en soporte del anuncio. Publicadas en revistas *Zig-Zag* N° 2992 agosto de 1962, N° 2974 de abril de 1962 y N° 3015 de enero de 1963. Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontificia Universidad Católica de Chile.

**COCINAS MULTIGAS**

**GASCO**

Cocina multigas modelo SMS para gas licuado o de cañería indistintamente

CARACTERÍSTICAS:  
 Alto: 0,80 m.  
 Frente: 0,53 m.  
 Fondo: 0,57 m.

Cuando necesite un artefacto a gas de cañería o gas licuado, piense siempre que la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago, con su experiencia centenaria, le ofrece los artículos GASCO, diseñados por expertos, para rendir el máximo de economía y comodidad en su hogar.

**CIA. DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO**  
 SANTO DOMINGO 1061

**COCINAS MULTIGAS**

**GASCO**

MODELO S.N.S.  
 ALTO: 0,80 m.  
 FRENTE: 0,53 m.  
 FONDO: 0,57 m.

CARACTERÍSTICAS:

**COCINAS MULTIGAS**

**GASCO**

Cuando necesite un artefacto a gas de cañería o gas licuado, piense siempre que la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago, con su experiencia centenaria, le ofrece los artículos GASCO, diseñados por expertos, para rendir el máximo de economía y comodidad en su hogar.

**CIA. CONSUMIDORES DE GAS DE STGO.**  
 Santo Domingo 1061

**CALIFONT MULTIGAS**



**CALIFONT MULTIGAS, MODELO 5-A**  
(12 litros de agua por minuto)  
Alto: 0,66 m. Frente: 0,39 m.  
Fondo: 0,22 m.

Infórmese sobre los Artefactos que produce la Compañía de Gas, y compare bien antes de comprar. Sólo la Compañía de Gas puede responder y garantizar ampliamente sus artefactos, para que le den máxima eficiencia, duración, comodidad y economía. Si usted no puede visitarnos, no importa: Ilevaremos nuestra atención a su casa. Pida que lo atiendan un Vendedor de la Sección Domicilio.

**CIA. DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO**  
SANTO DOMINGO 1061

### Nuevas tecnologías de impresión

En los avisos de los 60 destaca la fuerte presencia de los colores cálidos, ya sea aplicado en ilustraciones, composición de fondos o en tipografías, sumados al fotomontaje. Anuncios publicados en revista *Zig-Zag* N° 3003 del 26 octubre de 1962, N° 3016, de enero de 1963, y N° 2977 del 27 de abril de 1962.

Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontificia Universidad Católica de Chile.

**TERMO** **MULTIGAS**



**CARACTERÍSTICAS DEL TERMO GASCO**  
1,45 m. altura  
0,45 m. diámetro  
Capacidad: 120 l.

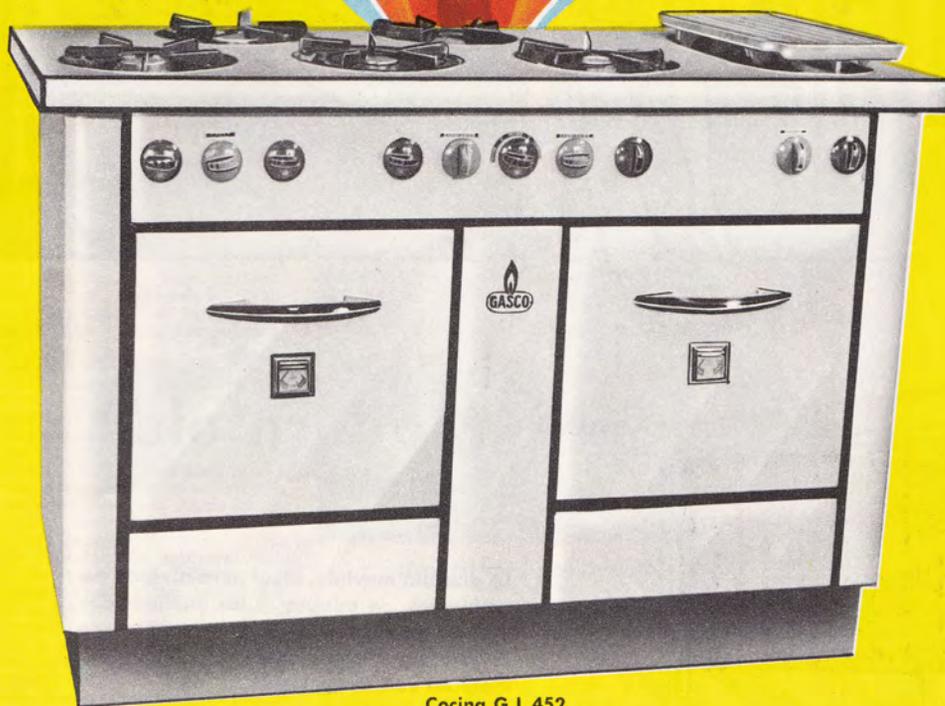
Cuando necesite un artefacto a gas de calefacción o gas licuado, piense siempre que la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago, con su experiencia centenaria, le ofrece los artículos GASCO, diseñados por expertos, para rendir el máximo de economía y comodidad en su hogar.

**CIA. DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO**  
SANTO DOMINGO 1061

**COCINAS**

**MULTIGAS**

**GASCO**



Cocina G L 452

Largo, 1,20 m., alto 0,80 cm., ancho 0,55 cm.

5 platos, 1 churrasquero y 2 hornos.

Cuando necesite un artefacto a gas de cañería o gas licuado, piense siempre que la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago, con su experiencia centenaria, le ofrece los artículos GASCO, diseñados por expertos, para rendir el máximo de economía y comodidad en su hogar.

**CIA. DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO**

SANTO DOMINGO 1061

**BAJO LICENCIA**

# JUNKERS

*el mejor  
cálifont del mundo  
fabricado en  
Chile por GASCO*

Con todos los últimos adelantos recién incorporados por la técnica alemana. Fácil encendido. Quemador regulable de máxima intensidad y rendimiento. Funcionamiento perfecto. Más sólido.

*Véalo hoy mismo en*

**GASCO**  
CIA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO  
Santo Domingo 1061 - Rosas 1062  
y Sucursales en todos los barrios



**TEMPERATURA IDEAL**  
Su sistema exclusivo de compensación de las variaciones de presión, mantiene el agua a temperatura ideal y constante.

**AGUA CALIENTE INSTANTANEA**  
13 litros de capacidad aseguran agua caliente abundante e instantánea en sus servicios.

**BAJO EL CONTROL DE JUNKERS**  
Cada Cálifont Junkers es sometido en GASCO a las mismas rigurosas pruebas de eficiencias que garantizan la calidad Junkers en Alemania.

### Fabricación de artefactos con licencia de marcas extranjeras

A inicios de los 60 la filial Indugas obtuvo licencias de compañías extranjeras para la fabricación en Chile de algunos de sus productos, tal como muestra el aviso publicado en la revista *¡Saber Comer... y vivir mejor!* N° 16, mayo de 1966.

**BAJO LICENCIA**

# JUNKERS

Fabricado en Chile

**EL CALIFONT PREFERIDO EN EL MUNDO para gas licuado o por cañería**

Nuevamente en Chile el famoso Califont JUNKERS fabricado por la Cia. de Gas de Santiago bajo licencia de Junkers Co. G. M. B. H. (Alemania).

Véalo, admírelo, instálelo en su hogar. Su gran rendimiento de artefacto de calidad reconocida, le deparará enormes satisfacciones.

Consulta cuanto antes a

**GASCO**  
CIA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO  
Santo Domingo 1061  
Rosas 1064

**SALONES DE VENTAS EN TODOS LOS BARRIOS**



### Adelantos de la tecnología

Algunas de estas licencias, como la alemana Junkers se promovieron en vistosos avisos que destacaban la calidad de estos artefactos, su gran rendimiento y bajo costo. Aviso publicado en la revista *Zig-Zag* N° 3065, el 3 de enero de 1964.

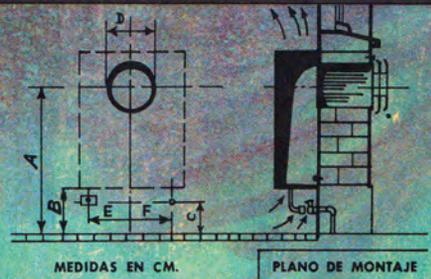
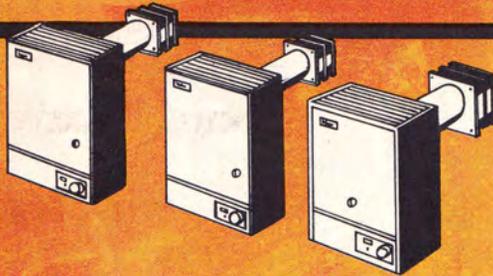
Archivo: Biblioteca Humanidades, Pontificia Universidad Católica de Chile.

# ESPECIFIQUE CALEFACTORES "CAMING" POR AIRE CALIENTE

a gas licuado  
y por cañería



MODERNA LINEA "AERO-VENT" EN 3 MODELOS:



CARACTERISTICAS		AV-1	AV-2	AV-3
MODELO	UNIDADES			
ANCHO	cm.	42	42	51
ALTO	cm.	60	65	65
FONDO	cm.	17	17	25
CAPACIDAD UTIL	K.cal./hora	1800	2500	3200
CONSUMO MAXIMO	grs./hora	200	250	300
CONSUMO MINIMO	grs./hora	80	100	120

MONTAJE	COTA	AV-1	AV-2	AV-3
ALTURA AL CENTRO DUCTO	A	70	70	70
ALTURA INFER. DEL CALEFACT.	B	22	22	22
ALT. ARRANQUES GAS Y ELECTR.	C	16	16	16
Ø TERMINADO DEL DUCTO	D	12,5	12,5	12,5
DIST. EJE VERT. AL ENCHUFE	E	15	15	15
DIST. EJE VERT. AL ARR. GAS	F	15	15	15

Encendido y válvula de seguridad automáticos.  
Temperatura uniforme por circulación forzada.  
No consume el oxígeno ni contamina el aire.

ECONOMICOS POR SU BAJO COSTO  
ECONOMICOS POR SU BAJO CONSUMO

CONFIE SUS PROBLEMAS  
DE CALEFACCION A



Santo Domingo 1061 - Fono 82121

Publicidad de la marca de calefactores Caming, licenciada por GASCO. Revista Zig-Zag, N° 3077, 27 de marzo de 1964.  
Archivo: Biblioteca Humanidades, Pontificia Universidad Católica de Chile.

**GASCO en su HOGAR  
le asegura bienestar**



**COCINA  
MULTIGAS  
GASCO**

ALTO: 0,80 m. – FRENTE: 0,53 m. – FONDO: 0,57 m.

Cuando necesite un artefacto, para gas de cañería o gas licuado, la Cía. de Consumidores de Gas de Santiago - GASCO, le ofrece el mejor. Diseñada y controlada por expertos la Cocina GASCO le hará rendir el máximo de economía y bienestar en su hogar.



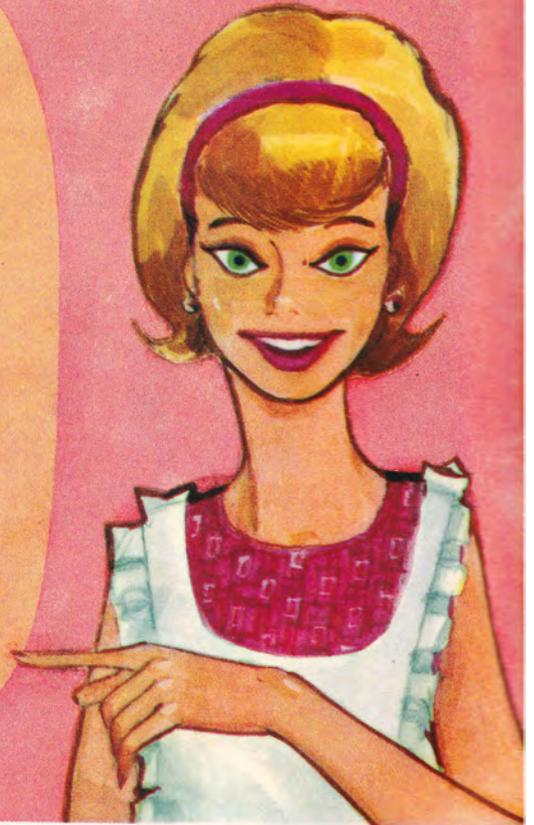
Santo Domingo 1061 - Rosas 1064  
SALONES DE VENTA EN TODOS LOS BARRIOS.

#### Experiencia de usuario y cocina «multigas»

La referencia a lo que hoy se denomina la «experiencia del usuario» tuvo un papel relevante en esta gradual construcción de identidad de marca. ¿Qué significa “GASCO” en su cocina? preguntaba en 1964 la compañía. Además de la utilidad, el producto aportaba valor estético, una «hermosa presentación» que eleva el estándar del hogar. Los avisos también promocionaban la nueva cocina adaptable a todo tipo de gas. Avisos publicados en revista *Zig-Zag*, N° 3067, 17 de enero de 1964, y N° 3085, 22 de mayo de 1964.

Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontificia Universidad Católica de Chile.

# ¿QUE SIGNIFICA "GASCO" EN SU COCINA?



Extraordinario rendimiento / Excepcional calidad / Hermosa presentación — MODELO SN-3 : FRENTE 54 CMS. / FONDO 62 CMS. / ALTO 80 CMS.

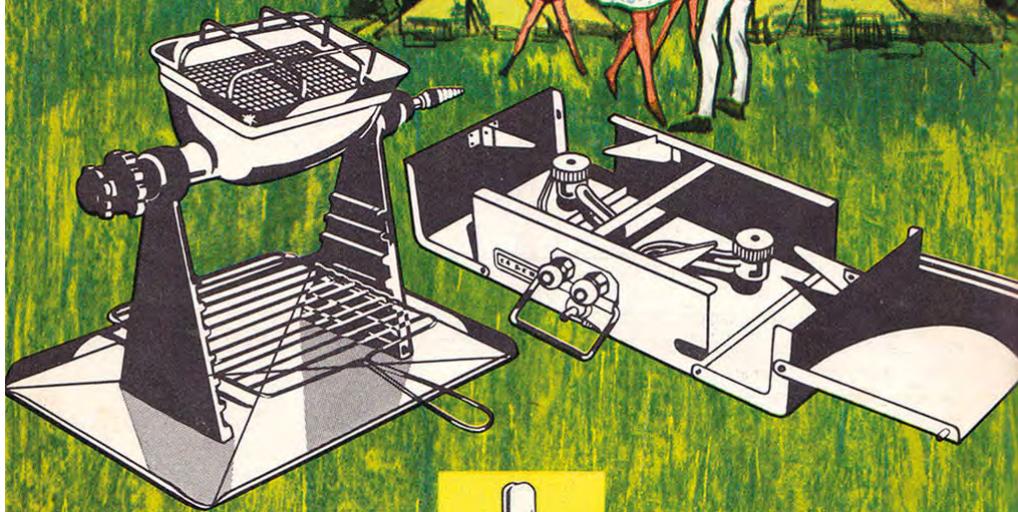
Solicite condiciones



para su presupuesto

Santo Domingo 1061 - Rosas 1064 - Santiago - Oficinas y Locales de Venta en todos los barrios.

# IDEALES PARA CAMPINGS



## anafe infra-rojo "4 en 1" ARMA

Moderno artefacto "4 en 1"  
 COCINILLA • HORNILLO  
 TOSTADOR y ESTUFA  
 Funciona con un pequeño balón de  
 gas licuado.  
 Práctico y fácil de usar.

SON DOS SOLUCIONES  
 PRACTICAS  
 "GASCO"



## cocinilla portátil "GASCO"

Cerrada es una liviana maletita.  
 2 Platos. Rinde y se maneja como  
 una cocina a gas.  
 Funciona con un pequeño balón de  
 gas licuado.

SALONES DE VENTA  
 EN TODOS LOS BARRIOS  
 Santo Domingo 1061  
 Rosas 1064



### Para actividades al aire libre, el gas portátil

El gas ya no era solo un combustible para el hogar, también podía ocuparse en las fogatas con las cocinillas portátiles y los anafes infrarrojos. Aviso publicado en la revista Zig-Zag N° 3069, 31 de enero de 1964.

Archivo: Biblioteca Humanidades, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Eva - Ilustración

P-32 - 2 platos • Enchufado blanco y negro • Horno Variable  
P-64 - 4 platos • Enchufado blanco y negro • Horno Variable

## Compre ahora su Cocina GASCO familiar

Llame al 63411 y pida la visita de uno de nuestros representantes. El le asesorará convenientemente sobre cual tipo le conviene más, ya sea para Gas de Cañería Refinado o Gas Licuado, en las condiciones más ventajosas para usted.

Consulte los planes GASCO de financiamiento

**GAS DE CAÑERÍA REFINADO • GAS LICUADO • ARTEFACTOS**

"sabe más de gas... y de artefactos"

Santa Domingo 1061 - Rutas 1064 y locales en todas las barrias.

### Artefactos y publicidad

A mediados de la década de 1960 la compañía apeló a representaciones del grupo familiar mediante ilustraciones realistas para impulsar la venta de cocinas. Avisos publicados por GASCO en revista *Eva*, 22 de octubre de 1965 (en inserto) y 1 de junio de 1965, N° 1054.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

## Haga la felicidad de su hogar

MODELO SN-4

MODELO M-5

**cocine en una GASCO**

GASCO SE ACOMODA A SU PRESUPUESTO CON ESTAS MARAVILLOSAS COCINAS "MODELO FAMILIAR" CON SU EXCLUSIVO TERMOMETRO EN EL HORNO.

Santa Domingo 1061 - Rutas 1062 y 1064 - Alameda 8, O'Higgins 3309 - Av. Francisco de O'Higgins 3225 - Av. Merit 1171  
Gran Avenida 7998 - Av. Apoquindo 3461 - Av. Independencia 1175 - Magister 3276

# "con mi cocina GASCO me sobra tiempo"

El extraordinario rendimiento de la cocina GASCO es un apreciable economía de tiempo y... ¡dinero! Y como su llama nunca echa humo, la limpieza de los utensilios resulta rápida y fácil. Es tan cómoda y de sencillo manejo, que en cada detalle se nota su noble calidad.



Grant Advertising



Consulte Condiciones GASCO para su presupuesto.

TRAS CADA PRODUCTO Y SERVICIO-GASCO HAY MAS DE UN SIGLO DE EXPERIENCIA Y PERFECCIONAMIENTO.

Santo Domingo 1061 - Rosas 1064 - Oficinas y Locales de Venta en todos los barrios - GASCO-MODERNA EMPRESA DE LOS CONSUMIDORES

### Adaptación de la gráfica de las fotonovelas al anuncio

A mediados de los años 60 la publicidad combinó fotografías al estilo de las fotonovelas con mensajes que promovieron la venta de artefactos a gas. Aviso publicado en la revista *Eva* N° 1003, 13 de junio de 1964.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

*¡Ahora más comodidad con sólo E° 36. mensuales!*



**¡Instale gas de cañería Refinado!**

Si su casa se encuentra dentro de la red de matrices de gas de cañería refinado, aproveche esa ubicación privilegiada e instálelo en su hogar. Es el gas más puro que existe. Está a las puertas de su casa. Está definitivamente en su calle y sólo falta que Ud. decida aprovecharlo. Ahora con sólo E° 36 mensuales. Ud. obtiene red de cañería lista para unir sus artefactos. ¡Su casa funcionará mejor, porque GASCO SABE MAS DE GAS!

Consulte hoy mismo, sin compromiso, a Gasco.

GAS DE CAÑERÍA REFINADO - GAS LIQUADO - ARTEFACTOS A GAS



**El gas de cañería refinado llega al hogar**

Campaña publicada en la Revista *Saber Comer... y vivir mejor!* N° 6, agosto 1965.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

**Comodidad para la vivienda**

Abajo, izquierda: aviso en *El Diario Ilustrado*, 1967.

Abajo, derecha: aviso publicado en la revista *Saber Comer... y vivir mejor!* N° 6, agosto de 1965.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

*¡Ahora su casa valdrá más... ...con sólo E° 36.- mensuales!*



**¡Instale gas de cañería Refinado!**

Seque mayor provecho de la ubicación privilegiada de su casa. Conéctela a la red del gas más puro que existe. Ahora con sólo E° 36.- mensuales. Ud. obtiene red de cañería lista para unir sus artefactos. ¡Su casa valdrá más y funcionará mejor, porque GASCO SABE MAS DE GAS!

Consulte hoy mismo, sin compromiso, a Gasco.

GAS DE CAÑERÍA REFINADO - GAS LIQUADO - ARTEFACTOS A GAS



*¡cuánta comodidad!*

**GAS REFINADO**

100% PURO / 100% UTIL  
100% EN CASA - SE PAGA DESPUES DE APROVECHADO

**GASCO**



**GASCO**  
C.A. DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO  
"sabe más de gas"

Gant. Anuncios



### **Se expande la red de locales de atención a público**

Frontis de sucursal Ñuñoa en 1966, con la imagen gráfica de GASCO adoptada en 1964, que tiene incorporado dentro del logotipo el nombre de la empresa (Cía. de Consumidores de Gas de Santiago). Estaba ubicada en Irarrázaval 801 y funcionaba como centro de pagos para los clientes de gas refinado, además de vender artefactos de línea blanca de Comercial GASCO y cilindros de gas licuado de 11 kilos. Existían otras oficinas similares en Independencia, Estación Central, Avenida Matta y Providencia. Archivo Patrimonial GASCO.

## ¡Gasco se acomoda a su presupuesto!

4 quemadores

anillos de hierro fundido enlozado

horno con aislación de lana de vidrio

asados, empanadas, queques, budines... todo en su punto en este horno familiar

### ¿COMO?... CON ESTA NUEVA COCINA FAMILIAR

Máxima expresión de comodidad. Más barata. Más económica. De la mejor calidad. ¡Nada le falta! ¡Nada le sobra!... Destinada a servir mejor a la familia. Única cuyo fino acabado combina en hermoso contraste decorativo superficies blancas y negras. PARA GAS DE CAÑERÍA REFINADO Y GAS LICUADO

- Infórmese ahora mismo en el Local GASCO más cerca de su casa o llame a los teléfonos 63411-85802 y pida un representante a domicilio, sin compromiso.
- PLANES DE PAGO ESPECIALES para Pobladores, Instituciones y Organizaciones de Empleados y Obreros.

SALONES DE VENTA: Santo Domingo 1061  
Rosas 1062 y 1064 • Alameda B. O'Higgins 3309  
Av. Yarrázaval 3235 • Av. Matta 1171  
Gran Avenida 7998 • Av. Apoquindo 3461  
Av. Independencia 1175 • Mapocho 3270.

Gasco Advertising

### Cocinas para el hogar para todos los presupuestos

Avisos impresos a uno y cuatro colores publicados en la revista *Ercilla* N° 1562, 1965, y revista *Eva* N° 1043, 26 de marzo 1965, que dan cuenta de la diversidad de estrategias promovidas por las campañas publicitarias.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

## GASCO SE ACOMODA A SU PRESUPUESTO ¿COMO?... CON ESTA NUEVA COCINA

más barata más económica de la mejor calidad

4 quemadores gigantes

anillos de hierro fundido enlozado

horno con aislación de lana de vidrio

empanadas, asados, queques, budines... todo en su punto en este horno familiar

### MAXIMA EXPRESION DE COMODIDAD EN LA COCINA GASCO familiar

¡Nada le sobra! ¡Nada le falta!... Destinada a servir mejor a la familia. Única cuyo fino acabado combina en hermoso contraste decorativo, superficies blancas y negras.

PARA GAS DE CAÑERÍA REFINADO Y GAS LICUADO - AMPLIAS FACILIDADES infórmese ahora mismo en el Local GASCO más cerca de su casa o en

GASCO CIA. DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO

SALONES DE VENTA: Santo Domingo 1061 - Rosas 1062 y 1064  
LOCALES: Alameda B. O'Higgins 2309 - Av. Yarrázaval 3235 - Av. Matta 1171 - Gran Avenida 7998 - Av. Apoquindo 3461 - Av. Independencia 1175 - Mapocho 3270 - Santiago.

**"¡Sólo mi cocina GASCO me garantiza un horneado justo!"**



...GRACIAS AL TERMOMETRO EXCLUSIVO EN LA PUERTA DEL HORNO. Señora Dueña de Casa. Gasco, conocedora de las necesidades de cada ama de casa a través de su contacto durante sus clases de Economía Doméstica, se ha preocupado de darle mayor confort y calidad a sus artefactos a gas. Recuerde que GASCO SABE MAS DE GAS.



**GASCO**  
CIA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO  
Santo Domingo 1061  
Rosas 1062

**¡Acuérdese de sus manteles, servilletas y paños de cocina!**




**¡ACUDA HOY MISMO A GASCO POR UNA MODERNA LAVADORA!**

La limpieza perfecta de sus manteles, servilletas y paños de cocina es tan indispensable como la de toda su ropa. No busque más su comodidad: GASCO la pone a su alcance de inmediato con un amplio surtido de LAVADORAS de las mejores marcas. Aproveche ahora estas sorprendentes ofertas de LAVADORAS seleccionadas que están haciendo furor en GASCO. VISITENOS HOY MISMO O PIDA UN VENDEDOR A DOMICILIO.



SUCURSALES EN TODOS LOS BARRIOS DE SANTIAGO  
Avda. Apoquindo 3461 • Avda. Vitacura 3908 • Avda. Yrarrázaval 3239-801 • Avda. Matta 1167 • Avda. Bernardo O'Higgins 3333 • Gran Avenida J. M. Carrera 7998 • Avda. Independencia 1175 • Mapocho 3270

**¿Dónde guarda Ud. la carne y demás productos perecibles?**




**¡SABER COMER CONDUCE A GASCO POR UN REFRIGERADOR!**

GASCO le ofrece ahora la mejor oportunidad para que adquiera de inmediato un moderno REFRIGERADOR entre las mejores marcas. Capacidad desde 7 hasta 14 1/2 pies, en un amplio surtido verdaderamente tentador. Incorpórese cuanto antes a la sana y agradable era del Refrigerador, aprovechando las sorprendentes ofertas GASCO de esta temporada. VISITENOS HOY MISMO O PIDA UN VENDEDOR A DOMICILIO.



SUCURSALES EN TODOS LOS BARRIOS DE SANTIAGO  
Avda. Apoquindo 3461 • Avda. Vitacura 3908 • Avda. Yrarrázaval 3239-801 • Avda. Matta 1167 • Avda. Bernardo O'Higgins 3333 • Gran Avenida J. M. Carrera 7998 • Avda. Independencia 1175 • Mapocho 3270.

**Aparecen las lavadoras, mientras cocinas y refrigeradores suman atributos**

Anuncios que rescatan las propiedades de los artefactos para un adecuado uso: Publicados en revista *Saber Comer... y vivir mejor!* N° 18, julio de 1966; revista *Eva* N° 1173, 29 de septiembre 1967, y N° 1177, 27 de octubre 1967.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



**GASCO en su hogar  
le asegura bienestar**



**¡DECIDASE POR LA CALIDAD GASCO Y UD.  
TENDRA UNA COCINA PARA TODA LA VIDA!**

4 PLATOS - HORNO GIGANTE - MODELO M-45 N.º 2-8-16 - ALTO 90 cms. FONDO 60 cms. ANCHO 55 cms.



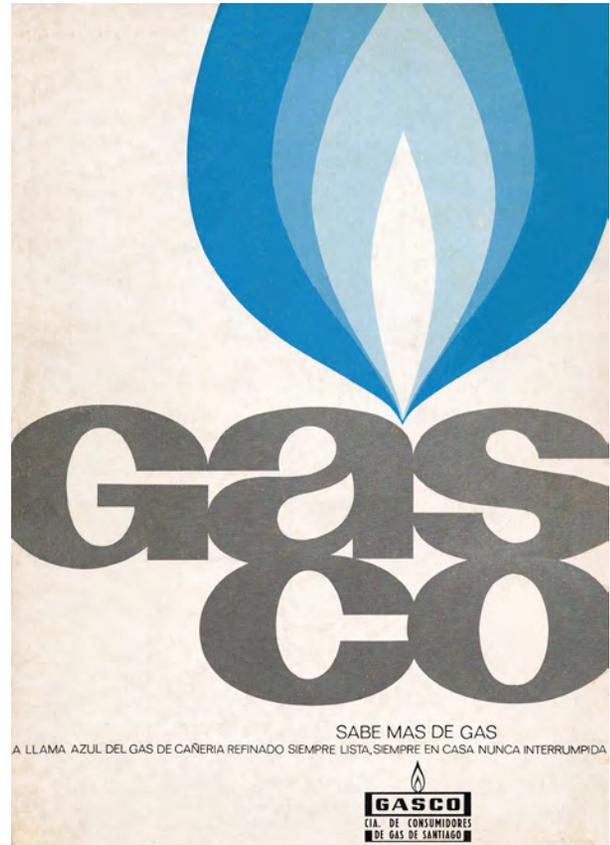
SANTO DOMINGO 1061 - ROSAS 1064 - SALONES DE VENTA EN TODOS LOS BARRIOS

**MODERNA EMPRESA DE LOS CONSUMIDORES.**

Nuevo eslogan: «Moderna  
Empresa de los Consumidores»

Aviso publicado en Zig-Zag  
Nº 3095, julio 1968.

Archivo Patrimonial GASCO.



### Campaña «Sabe más de gas» para el gas refinado

Entre las publicaciones de esta campaña destacan la desarrolladas en la revista *AUCA*, (Arquitectura, Urbanismo, Construcción, Arte), entre 1965 y 1966. Estos avisos se alejaban de lo descriptivo y aportaban propuestas gráficas modernas, en sintonía con una estética más purista y europea. La fotografía y la ilustración publicitaria fueron reemplazadas por una composición simple en que los protagonistas eran la palabra GASCO y una gran llama en tonos azules y celestes. Junto a este cambio en la gama cromática, que aludía a la pureza de este gas de combustión más limpia, el texto enfatizaba en la disponibilidad continua del servicio, que aporta valor a las variadas construcciones. Es «la llama azul del gas de cañería refinado. Siempre lista. Siempre en casa. Nunca interrumpida».

Archivo: Biblioteca Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile.



# GASCO

SABE MAS DE GAS

La llama azul del Gas de Cañería Refinado está  
Siempre Lista, Siempre en Casa, Noble y Constante  
en su servicio Nunca interrumpido.  
Por eso... Valoriza su construcción.





**sistema de calefacción central gasco -**

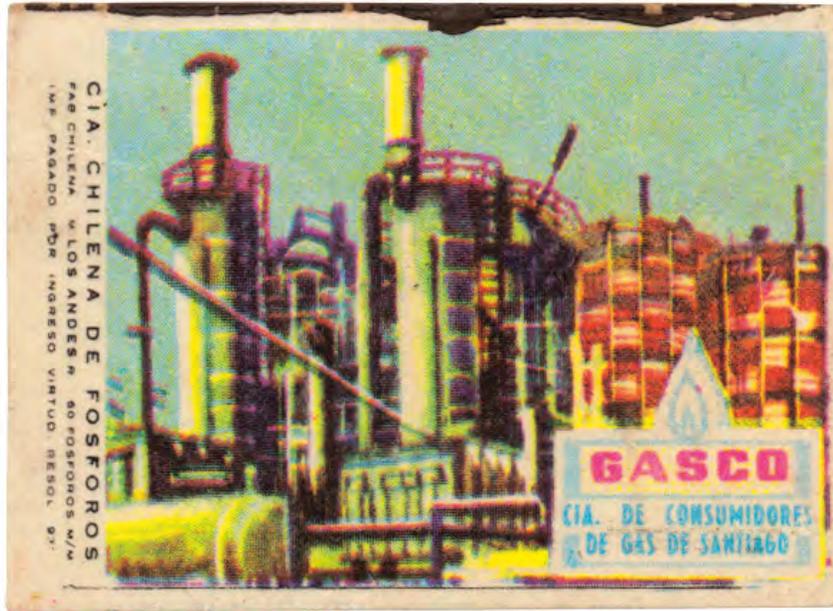
Este sistema en que el gas sustituye con ventaja a otros combustibles de uso doméstico es la solución ideal para calefaccionar. Fabricado en Indugas, es especialmente apropiado para Edificios de Deptos. y Viviendas individuales de tamaño mediano. Este tipo de calefacción, muy difundido en Europa, consta de:

- a) un Califont Junkers especial y el equipo de control importado; y
- b) el circuito de calefacción, que puede ser en base a radiadores, guardapolvo radiante o cualquier otro sistema que requiera agua caliente.

Las ventajas más importantes que posee este nuevo sistema de calefacción central son:

- 1° Es económico y es instantáneo.
- 2° Por ser totalmente automático basta apretar un botón para echar andar la calefacción o apagarla. Además el termostato ambiental asegura una temperatura uniforme durante las 24 horas del día.
- 3° En los Edificios de Departamentos elimina el problema de los gastos comunes por concepto de calefacción, ya que el consumo de combustible es individual.

Fotografía de calefacción centralizada en la torre San Borja, tecnología muy ocupada en Europa, publicada en la *Memoria Anual* de 1968. Archivo Patrimonial GASCO.



**Merchandising GASCO**  
Publicidad en la etiqueta de una caja de fósforos de la Compañía Chilena de Fósforos, de la década de 1970. Archivo: Diseño Nacional.



Vista parcial de la planta de Cracking Catalítico instalada en la Fábrica San María

**¡ESTA ES LA PLANTA MAS MODERNA  
DISEÑADA EN EL MUNDO PARA LA PRODUCCION  
DE GAS REFINADO!**

Gracias a su reciente instalación en Santiago, GASCO brinda a sus consumidores un combustible 100% puro y útil, de suministro directo y continuo y de calidad constante: el GAS REFINADO. Este es un aporte de primerísima importancia con que GASCO contribuye a las exigencias cada vez

mayores de una capital que crece y se desarrolla aceleradamente. Aproveche ahora de incorporar su hogar o industria a la NUEVA ERA DEL GAS REFINADO. Consulte su instalación llamando a los tels. 86838-89677 ó diríjase directamente a Santo Domingo 1061, Departamento de Atención de nuevos Consumos.



**El cambio tecnológico  
hacia la nueva era del gas  
refinado**

Con la puesta en marcha de la primera planta de cracking catalítico, Onia Gegi, el carbón fue progresivamente reemplazado por la nafta como materia prima para producir gas de cañería. Fotografía incluida en un aviso publicado en la revista *Ercilla* N° 1661, de 1967. Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontificia Universidad Católica de Chile.

**Esta es la mejor  
maquinaria  
en Chile  
para producir  
equipos  
de combustión  
industrial.  
Y la tiene GASCO.**



**¡NO ACEPTE NADA INFERIOR A GASCO!**

Efectivamente, Sr. Industrial. Sólo GASCO tiene la maquinaria capaz de producir implementos y equipos industriales para gas que son soluciones efectivas a sus problemas de combustión. GASCO, con su equipo profesional de ingenieros y técnicos y su moderna industria metalúrgica INDUGAS pueden suministrarle el equipo

necesario y el combustible ideal: gas licuado o refinado y asesorarle técnicamente en sus problemas de combustión. Consulte a GASCO. Llame al fono 86838 o diríjase a Santo Domingo 1061 - Depto. Industrial. 100 años de renovadas experiencias en materia de Gas, explican por qué...

**GASCO**   
CÍA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO  
SABE MAS DE GAS

**Sr. Industrial:  
GASCO le apoya  
con una asesoría técnica  
que soluciona totalmente  
sus problemas  
de combustión.**



Nombre de acuerdo a Gas Refinado. Fabricado por GASCO.

**¡NO ACEPTE NADA INFERIOR A GASCO!**

Proyectar una planta completa o instalar un sistema de control, es parte de la Asesoría Técnica con que GASCO puede solucionar cualquier problema de combustión en su fábrica, industria o taller. Ya sea para equipos de combustión a gas licuado o

refinado, asesoría e instalación, consulte a GASCO. Llame al fono 86838, o diríjase a Santo Domingo 1061 - Departamento Industrial. 100 años de renovadas experiencias en materia de gas, explican por qué...

**GASCO**   
CÍA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO  
SABE MAS DE GAS

**Avisos de equipos de combustión industrial ofrecidos por GASCO e Indugas**

Publicados en revista *Ercilla* N° 1786, 1969, y N° 1791, 1969.

Archivo: Biblioteca San Joaquín, Pontificia Universidad Católica de Chile.

**Para producir un tubo eléctrico,  
un papel o una obra de cerámica,  
siempre conviene  
usar el mejor equipo  
industrial y los  
mejores combustibles:  
gas refinado  
o licuado.**



**¡NO ACEPTE NADA INFERIOR A GASCO!**

Industrias, talleres y fábricas, cuentan con el constante apoyo de GASCO, quien no sólo les entrega los mejores combustibles, gas licuado o refinado, sino también los implementos y maquinarias para gas, junto con la asesoría técnica más especializada del país. Con un equipo de expertos en materia de gas, GASCO y su moderna industria metalúrgica, INDUGAS, colaboran estrechamente con Ud. Sr. Industrial, para solucionar en forma total el problema de combustión de su industria, fábrica o taller. Consulte a GASCO. Llame al 86838 o diríjase a Sta. Domingo 1061, Depto. Industrial. 100 años de renovadas experiencias en materia de gas, explican por qué...

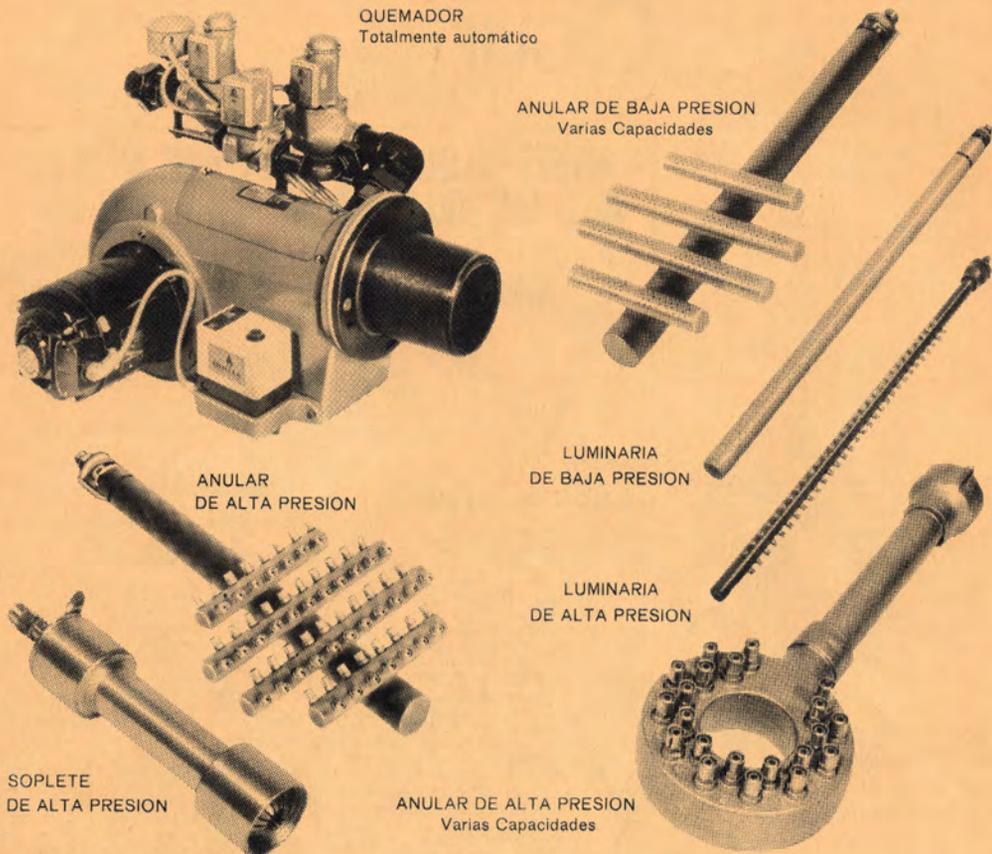
Industrias, talleres y fábricas, cuentan con el constante apoyo de GASCO, quien no sólo les entrega los mejores combustibles, gas licuado o refinado, sino también los implementos y maquinarias para gas, junto con la asesoría técnica más especializada del país. Con un equipo de expertos en materia de gas, GASCO y su moderna industria metalúrgica, INDUGAS, colaboran estrechamente con Ud. Sr. Industrial, para solucionar en forma total el problema de combustión de su industria, fábrica o taller. Consulte a GASCO. Llame al 86838 o diríjase a Sta. Domingo 1061, Depto. Industrial. 100 años de renovadas experiencias en materia de gas, explican por qué...

**GASCO**   
CÍA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO  
SABE MAS DE GAS

**Publicidad sobre servicios  
y equipos para procesos  
industriales ofrecidos por  
GASCO e Indugas**

Anuncio publicado en  
*Revista del Colegio de  
Ingenieros de Chile*, N° 45,  
septiembre-octubre de 1969.

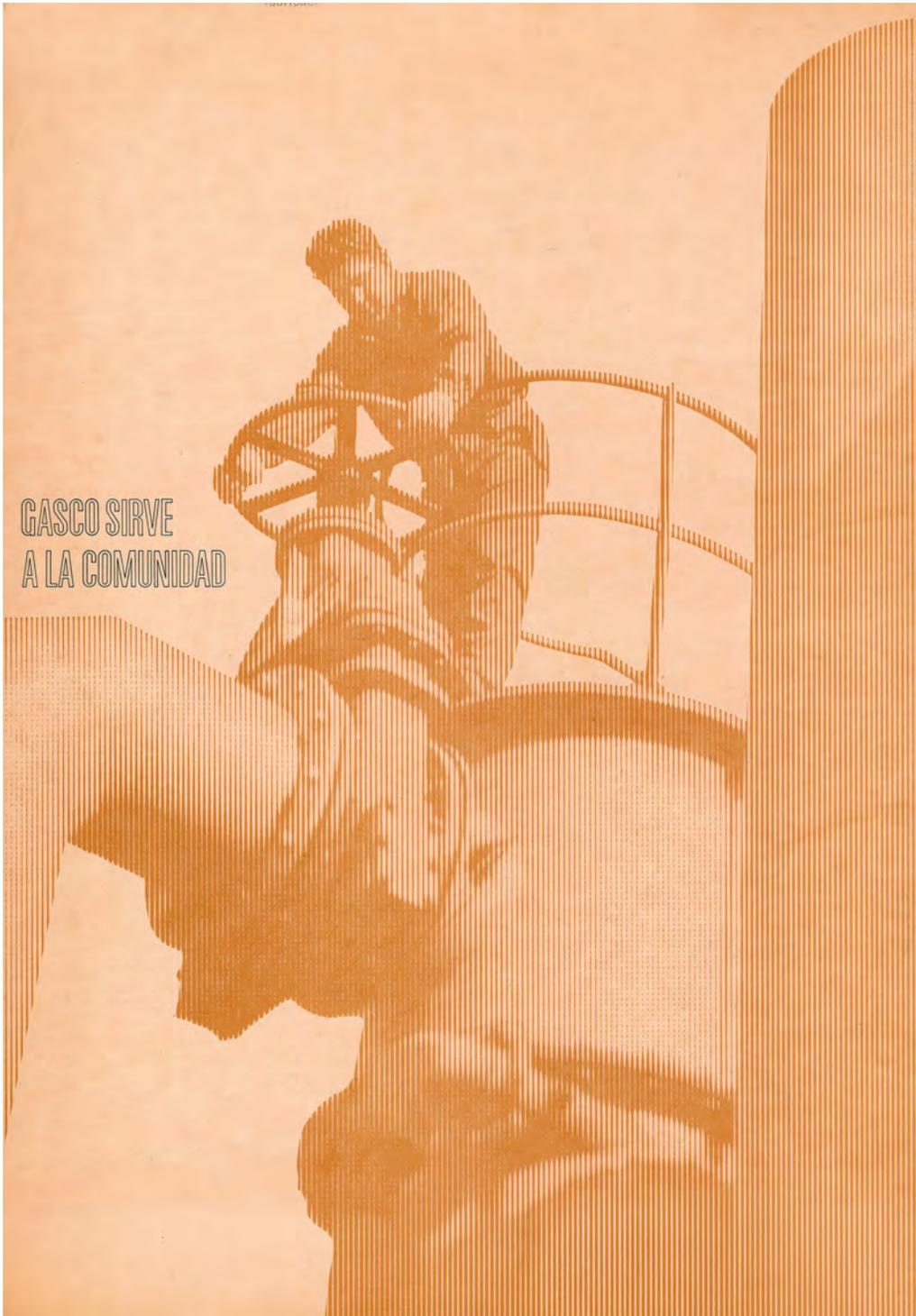
Archivo: Biblioteca  
San Joaquín, Pontificia  
Universidad Católica de  
Chile.



# QUEMADORES A GAS DE ALTA Y BAJA PRESION

Tenemos el quemador adecuado para cada uso: calderas de agua caliente y vapor; incineradores; aire caliente; tratamiento térmico de metales; secado o esterilizado de frutas; secado de pinturas, papel o tejidos; cocido y templado de cerámicas o vidrios; calentamiento de soluciones; panaderías; pastelerías; cocimiento de cecinas; lavado de botellas, etc.

**GASCO**   
CIA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO  
SABE MAS DE GAS  
Santo Domingo 1061 - Fonos. 86838-82121-62817

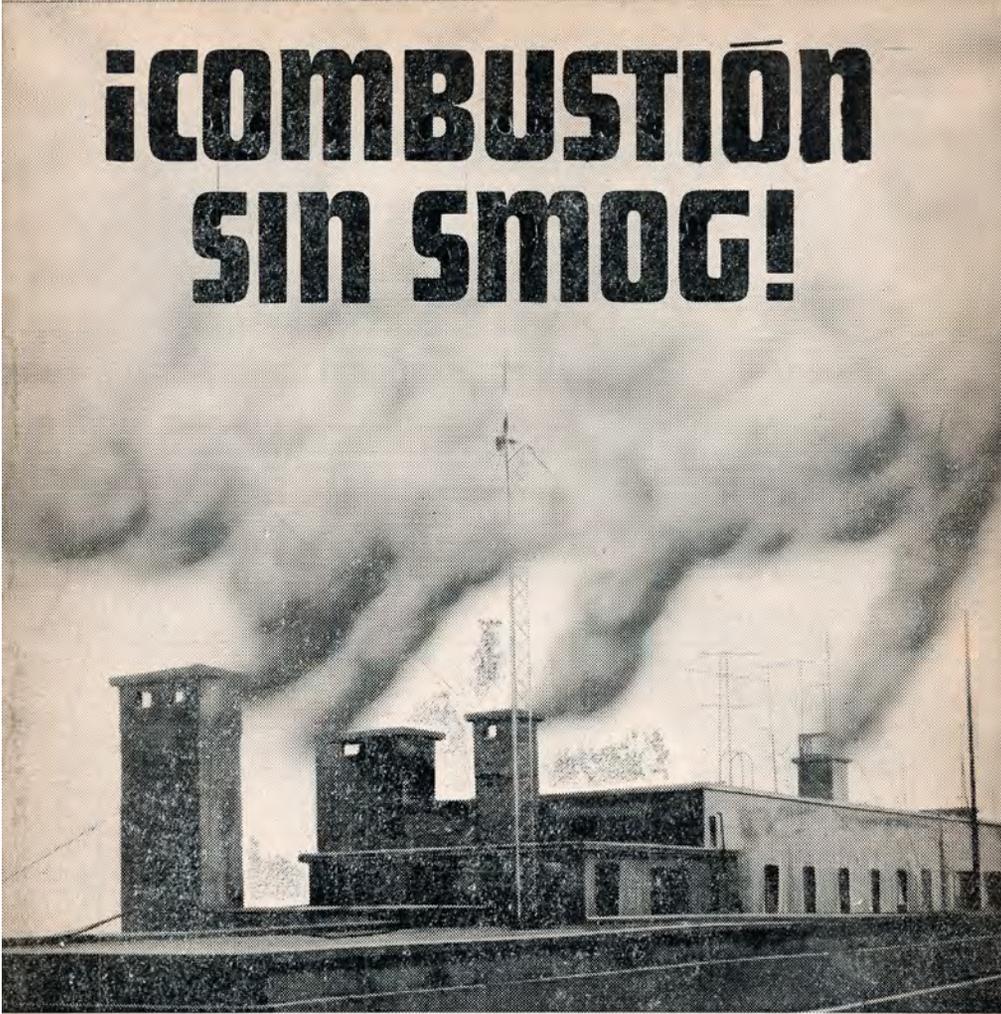


**Gasco sirve a la comunidad**

También los reportes anuales fueron un vehículo de difusión para entregar mensajes como se observa en esta imagen de la *Memoria Anual* publicada en 1969 por la compañía.

Archivo Patrimonial GASCO.

# ¡COMBUSTIÓN SIN SMOG!



## ¡UNA SIMPLE CUESTIÓN DE GAS!

En incineradores y centrales de agua caliente y calefacción para edificios, el gas le ofrece, además, las siguientes ventajas exclusivas:

- Es el combustible más económico
- Menor gasto en la instalación
- Eficiencia y limpieza en la combustión
- No necesita estanques ni espacios para almacenamiento
- Combustible inagotable, sin tener que pedirlo ni pagarlo anticipadamente.

**GASCO**   
CIA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO

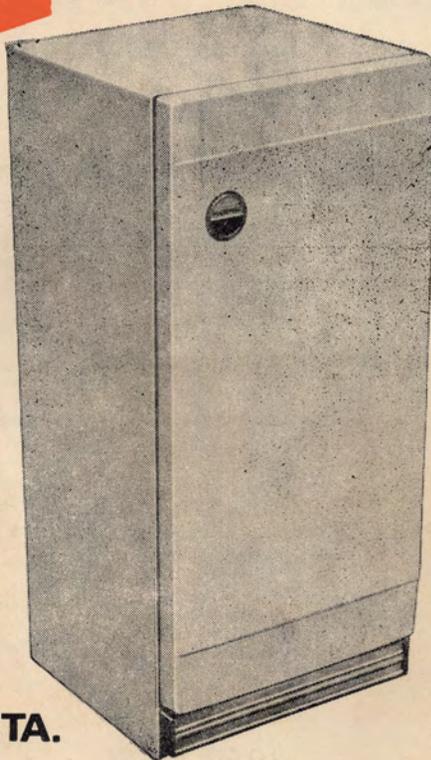
**SABE MAS DE GAS**  
Santo Domingo 1061 - Fonos: 82121 - 86838 y 62817

### «Combustión sin smog»

Aviso de campaña desarrollada por la agencia Grant Advertising. Se publicó en la *Revista Oficial del Sindicato de Empleados de la Cía. de Gas*, diciembre 1970.

Archivo Patrimonial GASCO.

**ALEGRÍA!  
ALEGRÍA!**



GIRANT ADVERTISING 488

**GASCO  
le vende  
otra vez su  
MADEMSA  
lleno de FANTA.**

Visite  
una sucursal  
GASCO  
hoy mismo!



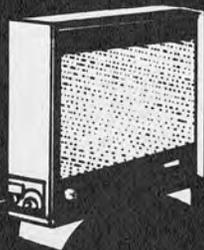
Soc. Impr. Camilo Henríquez Ltda. — General Gana 1415 — Santiago

Aviso difundido en la *Revista Oficial del Sindicato de Empleados de la Cía. de Gas*, 1 de diciembre de 1970, para la venta de artefactos domésticos en las sucursales de la compañía. Archivo Patrimonial GASCO.

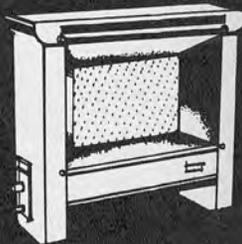
# PARA estufas MEJOR GASCO



Modelo FM-10  
GAS LICUADO



Modelo A-5  
GAS LICUADO Y  
GAS REFINADO



Modelo A-4  
GAS LICUADO Y  
GAS REFINADO



Santo Domingo 1061 • Rosas 1064  
Locales en todos los barrios

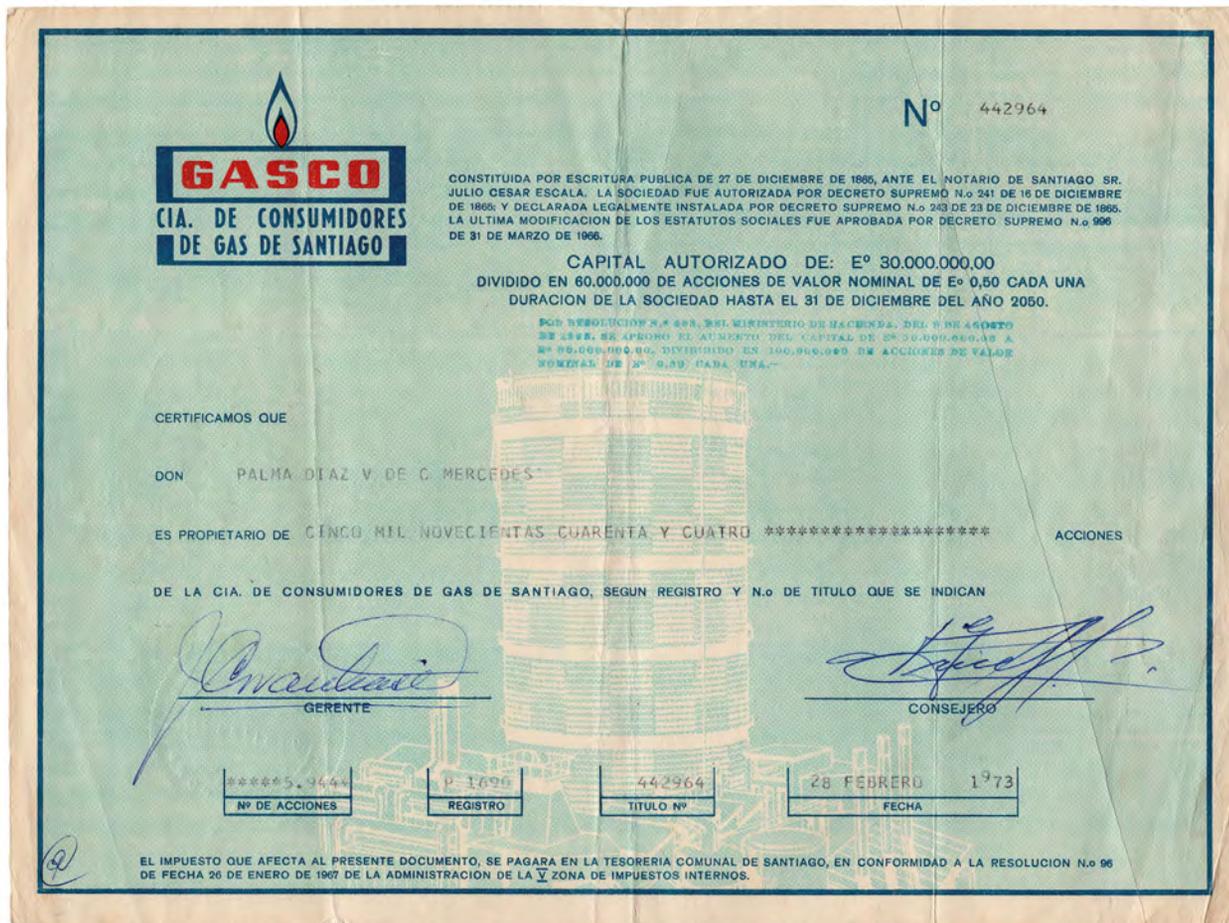
Representación tridimensional del identificador gráfico de la compañía que se utilizó en piezas publicitarias hasta 1970, todavía manteniendo la tradicional bajada «Compañía de Consumidores de Gas de Santiago».

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



Publicidad impresa a una tinta de distintos modelos de estufas a gas aparecida en la revista *Eva* N° 1314, del 2 de julio de 1970.

Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



**Identificador gráfico en documento oficial**

En este período aún convive el logotipo de GASCO con el nombre de la compañía, como lo muestra este certificado de títulos accionarios de 1973.

Archivo Patrimonial GASCO.

## Capítulo 4

### LA EXPANSIÓN TERRITORIAL Y LOS NUEVOS NEGOCIOS (1971-2000)

La de 1970 fue una década difícil. Al igual que otras empresas, la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago se vio impactada por las dificultades económicas y la inestabilidad política que afectaron a Chile. El recrudecimiento de la inflación a partir de 1968 y las frecuentes negativas a fijar nuevas tarifas para el gas licuado y corriente deterioraron la situación financiera de la compañía, a pesar de que el consumo seguía aumentando. Poco después de asumir el poder, el gobierno de la Unidad Popular manifestó su intención de traspasar al «área social» todas las industrias esenciales del país, incluyendo servicios básicos como agua, electricidad y combustibles.

A fines de 1971 representantes del gobierno de Salvador Allende presentaron al directorio una propuesta de estatización, que fue rechazada por los accionistas en la Junta Extraordinaria del 7 de diciembre. Pero en marzo de 1972 la Corfo abrió un poder comprador de acciones, logrando en pocos meses hacerse con el control: en agosto de ese año se completó el traspaso al Estado.

Estas circunstancias debilitaron las comunicaciones y la publicidad de la empresa, cuyos avisos se redujeron en frecuencia y calidad. El énfasis, en todo caso, siguió estando en la capacidad técnica que le permitía ofrecer soluciones a una gran variedad de usuarios. «Una simple cuestión de gas» fue la frase que encabezó algunos de los anuncios, acompañados de fotografías de productos y servicios como incineradores, centrales de agua caliente y sistemas de calefacción, que podían instalarse de manera simple y a bajo costo. En el caso del gas de cañería se destacaban sus atributos de combustible más económico e inagotable: no es necesario hacer pedidos, almacenarlo en estanques, ni pagarlo con anticipación; su pureza permite una combustión más limpia, y por ende asegura una mayor duración de los equipos y menores costos de mantención, se enfatizaba. En un contexto de carestía y escasez, baratura y disponibilidad eran los mejores atributos.

En octubre de 1974 asumió un nuevo directorio, encabezado por un delegado del gobierno militar, que puso en marcha un plan de reorganización destinado a normalizar la situación financiera y mejorar la eficiencia y productividad. Dos años más tarde la Corfo llamó a licitación pública para privatizar la compañía. En septiembre de 1977 el 54,6% de los títulos de la empresa, fue adquirido por la Compañía General de Electricidad Industrial S.A.

La compleja situación financiera siguió reflejándose en campañas publicitarias intermitentes a través de sencillos anuncios que prescindieron de la fotografía, alejados

de las coloridas imágenes de los años 60, a través del dibujo publicitario se interpelaba a los consumidores con frases directas como: «Nadie! Absolutamente NADIE, da una mayor variedad de servicios... que nosotros» en avisos que aparecían en revistas para segmentos masculinos y femeninos, donde se destacaban los sistemas de reparo automático, atención domiciliaria, asesoría técnica y las instalaciones industriales. Tras la compañía había toda una red operativa capaz de cubrir la demanda residencial e industrial en cualquier momento del día. Asimismo, se hacía notar que el gas no solo era necesario para el consumidor sino también para el país, apelando de paso a la expansión de la compañía más allá de la capital y a la reconstrucción: «Para Ud. y para Chile el gas es necesario, brindárselo cada día nos resulta natural».

La División de Servicios Generales estableció tres áreas operativas -gas refinado, gas licuado y comercial- y durante este período la compañía comenzó a privilegiar la denominación GASCO por sobre Compañía de Consumidores de Gas de Santiago para la comunicación con sus usuarios. Esto se hizo de la mano de una nueva política de diversificación, centrada esta vez en la producción y distribución de gas, principales actividades y las únicas que se mantuvieron tras las expropiaciones durante el gobierno de Salvador Allende.

Desde 1966, la compañía venía aprovechando la nueva técnica del cracking para producir gas sobre la base de naftas y otros hidrocarburos livianos, lo que le había permitido ir desplazando el carbón. Pero en esta época se hizo imperativo lograr la



#### **Publicidad de envasado de gas**

Aviso publicitario de la compañía publicado en la *Memoria Anual* de 1973.

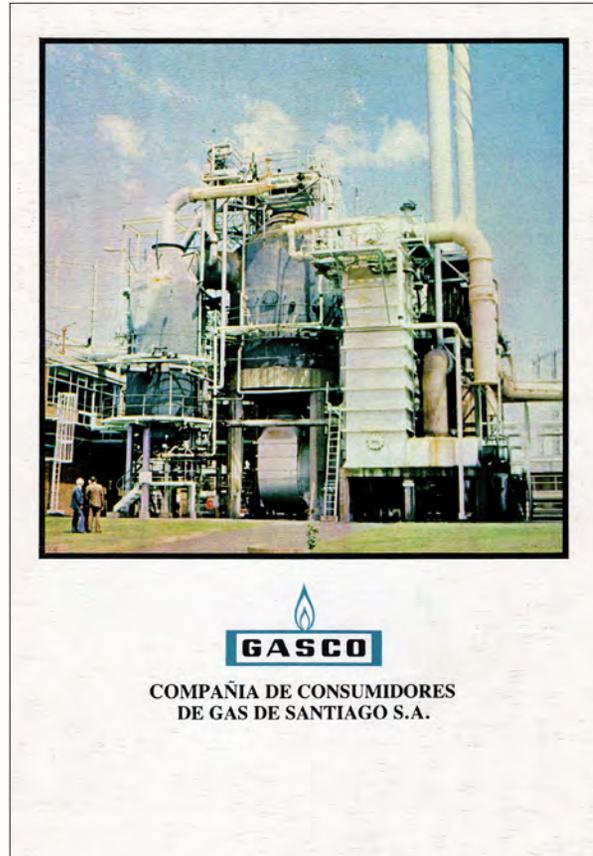
Archivo Patrimonial GASCO.

independencia de los hidrocarburos a fin de abaratar los costos impulsados por la crisis del petróleo, puesto que desde 1978 el gas de cañería se vendía en un régimen de libertad de tarifas.

Esto trajo otra gran innovación: la incorporación del biogás producido en los vertederos de la capital como materia prima complementaria en la fabricación de gas, utilizando «una tecnología propia». Al respecto, la compañía señalaba en 1981: «El referido proyecto permitiría eventualmente una sustitución parcial de materias primas o su aprovechamiento como combustible en las plantas productoras, a la vez que significaría la utilización de un recurso energético no tradicional disponible y la solución de problemas de contaminación ambiental en las áreas vecinas a los vertederos».

El primer contrato fue firmado en 1981 con las municipalidades que operaban el vertedero La Feria, iniciándose al año siguiente las actividades extractivas. El gas captado era llevado por cañería a la fábrica San Borja. Con el paso de los años se obtuvieron nuevas licitaciones sobre otros rellenos sanitarios lo que permitió la expansión del biogás: inicialmente representaba 7% de la materia prima y hacia 1985 ya llegaba al 27%.

La inyección de esta tecnología disruptiva explica el cambio de nombre del producto de «gas de cañería» a «gas de ciudad» en el avisaje. Esta línea de negocio prefiguró de alguna manera lo que se promovió como el gran activo de la empresa: la red de cañerías cercana a los hogares. Durante este período, en lo que refiere a anuncios



#### Infraestructura y tecnología

Publicidad de la planta de la compañía incluida en la *Memoria Anual* de 1978. Archivo Patrimonial GASCO.

Letrero de la compañía en la planta de almacenamiento y envasado de cilindros de gas licuado en Maipú, en la *Memoria Anual* de 1971. Archivo Patrimonial GASCO.



impresos y publicidad en televisión, el gas de ciudad es lo que más se visibiliza, proyectándolo como el combustible del futuro.

Como parte de la búsqueda de cierta independencia de los combustibles derivados del petróleo, dada la crisis en el mercado internacional de este commodity, también se aprovechó la extracción de gas natural en la Región de Magallanes para distribuirlo a partir de 1981 en Puerto Natales, Punta Arenas y Porvenir, constituyéndose la unidad de negocios GASCO Magallanes S.A. Esto la convirtió en la primera empresa privada en distribuir y comercializar gas natural en Chile.

Durante la década de 1980 las nuevas políticas neoliberales pusieron fin a las concesiones y tarifas fijas. La respuesta de la compañía a este competitivo escenario implicó una expansión a otras regiones y mercados, de la mano de sus filiales, subdistribuidores y red fletera. La marca se hizo presente a nivel país con su línea de componentes GLP, con estrategias que antecedieron el actual trade marketing al hacer del punto de venta un espacio más atractivo para mejorar la experiencia de compra.

La estrategia comunicacional posicionó la idea de una empresa que proporcionaba soluciones limpias y modernas a sus clientes, independiente de donde estuvieran localizados. Empezó a instalarse con más fuerza el concepto de «energía limpia», que se enfatizaría progresivamente en las siguientes décadas en línea con el posicionamiento de las demandas medioambientales en la sociedad como un asunto de interés ciudadano y público.

En 1979 se anunció el cierre de la planta en base a carbón de la fábrica de San Borja producto de los cambios tecnológicos (desde 1976 operaba solo como unidad de reserva). Allí se instaló una segunda planta de cracking catalítico que permitía utilizar distintas materias primas.

En los 80 se invirtió además en la red de cañerías de gas, ampliando la cobertura del sistema especialmente para servir al sector industrial y comercial. Se trabajó en su inspección y limpieza con el fin de mantenerla en óptimo estado de operación, junto

con introducir significativas mejoras: por ejemplo, para el diagnóstico de problemas se instalaron equipos de telemetría en cada una de las estaciones reguladoras, con registros permanentes de presión de la red domiciliaria y la red primaria de media presión.

Durante este período, la asociación con el atributo de «calor» se vinculó directamente a la publicidad dirigida al hogar, principalmente a la mujer o el grupo familiar:

«No todo el calor proviene del sol. Parte importante la genera GASCO. Gas de cañería refinado. Gas licuado de petróleo. La Compañía de Consumidores de Gas de Santiago, GASCO, con un personal altamente calificado le permite solucionar íntegramente sus necesidades calóricas de gas».

Cuando el mensaje iba dirigido a públicos para asesorías de proyectos o ejecución y mantenimiento de instalaciones, la publicidad enfatizaba la confianza en el conocimiento técnico del proveedor: «En gas, confíen sus proyectos y ejecución de instalaciones. GASCO. Somos expertos. Todo un equipo humano altamente calificado y la más moderna tecnología están a su servicio». Se inician campañas de seguridad, tanto externas como dentro de la compañía, a fin de reforzar las normas con que debía procederse en todas las ejecuciones de trabajos y mantenimiento de las instalaciones.

Ya no se hace referencia a la compañía sino a la marca, como capital de la gestión corporativa, reducida a un signo gráfico que se venía ocupando desde la década de 1950 con modificaciones menores. La necesidad de mayor recordación de la marca en la opinión pública, ante una fuerte competencia, trajo consigo una prolongación en el tiempo del símbolo gráfico convertido en un microdiscurso de la empresa, una síntesis de lo que en aquel entonces ya se conocía como «posicionamiento de marca». Dicho interés de la compañía por la gestión de este intangible buscó su inserción en diversos espacios: desde las viviendas, hasta los conjuntos habitacionales, establecimientos comerciales e industrias, ocupando el tagline «Toda nuestra energía es para usted».

En 1986 adquirió 40,88% de cemento Polpaico y 40,77% de Electro Industrial Inversiones, para mantenerlas como sociedades de inversión.

GASCO también invirtió en infraestructura para mejorar su servicio y potenciarlo en sus comunicaciones. En 1988 entraron en funcionamiento dos nuevos grupos de moto generadores de 500 kW cada uno, que permitían operar las plantas productoras en situaciones de cortes del servicio eléctrico. Al año siguiente, la compañía se adjudicó los activos de la Compañía de Gas de Concepción, ampliando su radio de fabricación y distribución de gas a las regiones del Biobío, La Araucanía y Los Lagos. Todos estos cambios tecnológicos no solo implicaban la inversión monetaria, sino también capacitar al personal de la compañía para asimilarlos y ponerlos en práctica, aspectos que fueron destacados en los avisos.

En estos años las comunicaciones adquirieron una mayor versatilidad, transitando entre los medios impresos y el creciente mundo audiovisual, principalmente a través de spots televisivos. En estos comerciales se alternaban imágenes de las instalaciones industriales con escenas cotidianas del hogar en las que interviene el gas, bajo el lema «Gas de Ciudad».

Enfatizando el concepto de «energía limpia», que se pone a disposición de las personas, las campañas destacaron la entrega de una solución integral al cliente, como

característica diferencial y relevante de la marca, buscando su confianza. Este último atributo se sustentaba en la oferta de la compañía, el respaldo de un equipo humano altamente calificado y una tecnología de punta que permitía hacer las instalaciones de gas de ciudad en edificios o llegar a tiempo para calefaccionar el hogar. El «Gran servicio GASCO» se presentaba con su cara más humana y cotidiana, para transmitir calidez y seguridad.

En 1990, el Informativo GASCO, de comunicación interna de la compañía, daba cuenta del favorable escenario del que gozaba la empresa: «GASCO ha continuado haciendo publicidad de sus principales productos: el gas licuado, el gas de ciudad y el gas natural, en lo que va corrido del año».

Ya entrada esta nueva década, con la irrupción del mundo digital y el consiguiente desplazamiento hacia una economía de servicios, se continuó enfatizando en la oferta de gas de ciudad, gas licuado y gas natural con sucursales y asesoría técnica en las distintas regiones. Se lanzó un ambicioso plan tecnológico denominado Proyecto Plus orientado a manejar grandes cantidades de datos a gran velocidad para mejorar la gestión de negocios.

Ante la evidencia de que la creciente demanda energética nacional requería de nuevas fuentes de abastecimiento de gas, la compañía decidió involucrarse en proyectos de gasoducto y redes de distribución para comercializar gas natural proveniente de Argentina en la zona central de Chile. Además, creó nuevas sociedades anónimas: en 1992 constituyó Gasmar S.A., para construir y operar un moderno terminal marítimo en la Bahía de Quintero destinado a la carga y descarga de gas licuado lo que le garantizaría el abastecimiento, e inició su internacionalización en Argentina con la sociedad Gascart S.A., el mismo año.

Se activó una mayor presencia en el territorio nacional e internacional asociada a la idea fuerza de diversificación, lo que motivó a la compañía a replantearse su identidad visual. Los nuevos tiempos requerían mejorar la consistencia, vitalidad, relevancia y modernizar la imagen de marca. En julio de 1992 se presentó el nuevo identificador gráfico (el anterior duró poco más de cuatro décadas). En palabras de la organización:

«El reciente diseño gráfico responde a la idea de proyectar una imagen dinámica y más actual entre los clientes de GASCO. Asimismo, se ha cuidado mantener la visión de una Compañía sólida, eficiente, cuidadosa y con visión de futuro. A los colores y a la llama, ya tradicionales, se les ha dado un nuevo marco gráfico con las connotaciones descritas. Para enfrentar los desafíos de un mercado muy competitivo, la empresa creó este nuevo logotipo. Precisa, por lo tanto, que todo su personal lo sienta como propio y preste su colaboración para reforzar esta moderna imagen de GASCO. Este cambio vino acompañado de una reorganización interna y de la plana ejecutiva».

A partir de 1992 se difundió la campaña «Energía limpia, energía confiable», haciendo hincapié en que el gas no emite partículas contaminantes. Entre 1996 y 1997 se intensificó la producción y distribución de gas natural y la construcción de gasoductos y cañerías en la zona central y sur del país. La compañía tenía como filial o coligada, entre otras, a Comercial GASCO Ltda., GASCO Concepción S.A., e Indugas S.A.

Entrado 1994, la distribución de gas natural se expandió también a la capital: creó la filial METROGAS S.A, que inició sus actividades utilizando el gran activo que significaba la red de cañerías instalada por GASCO. También amplió sus plantas de producción de gas licuado a la Región de Valparaíso y del Maule, y ese mismo año constituyó GasAndes S.A. para abastecer con gas natural a la zona central con la construcción de un gasoducto que comenzó a operar en 1997, desde Mendoza a la capital.

Con la intención de reforzar la cobertura en la distribución de gas licuado tanto a granel como en distintos formatos de cilindros a lo largo del país, en 1999 se crearon GASCO Norte S.A. y GASCO Sur S.A., que cubrieron respectivamente las regiones de Coquimbo, Valparaíso y la zona rural de Santiago; y desde la Región del Libertador Bernardo O'Higgins a la Región de los Lagos. Asimismo, se construyó el Gasoducto del Pacífico para el transporte de gas natural entre la zona de Neuquén en Argentina y la Región del Biobío.

En 2000 se produjo otro cambio significativo en términos de identidad institucional. Se decidió modificar definitivamente la razón social Compañía de Consumidores de Gas de Santiago S.A. por GASCO S.A., sigla utilizada como marca y nombre ficticio (identificación abreviada y simbólica) de la empresa desde el siglo XIX, con un reconocido posicionamiento en el mercado



En 1994 se creó la filial METROGAS S.A. dedicada a la distribución de gas natural utilizando la red de cañerías instalada por GASCO. Archivo: METROGAS.

# GASCO INFORMA A LA OPINION PUBLICA

Ante la paralización ilegal e injustificada de labores de un grupo de trabajadores pertenecientes al movimiento denominado CUP, la Compañía se hace un deber en informar a sus consumidores y a la opinión pública lo siguiente:

1. A raíz del paro ilegal que afecta a nuestra Planta de gas licuado de Maipú desde el Martes 11 de Enero, nuestra empresa efectuó numerosas gestiones ante las autoridades competentes para la reanudación de dicho paro.
2. El día Viernes 14 de Enero fue publicado en el Diario Oficial el Decreto N.º 63 del Ministerio del Trabajo, que ordena la reanudación de faenas en Planta Maipú, designando un Interventor para ese objeto.
3. Lamentablemente, a pesar de haber transcurrido varios días desde la dictación de dicho decreto, aún no se reintegra el personal a sus labores.
4. En los últimos días de la semana recién pasada grupos pertenecientes a este

mismo movimiento, y con ayuda de personas ajenas a la Empresa, han procedido a tomarse los locales de la Fábrica de Gas San Borja y de Distribución, permitiendo sólo la entrada del personal de Producción de Gas e impidiendo el acceso a dichas Plantas al resto del personal incluyendo a Ingenieros y Técnicos.

5. La Compañía reitera a las Autoridades la gravedad de la situación descrita precedentemente, afectando a los consumidores, industrias, criaderos, comercio y en general a toda la comunidad que se está viendo privada de este indispensable servicio.
6. Habiendo solicitado reiteradamente a las autoridades el apoyo necesario para garantizar la libertad de trabajo a la mayoría del personal que desea cumplir con su deber, y no habiéndolo logrado, la Compañía deslinda responsabilidad por los graves daños que pudieran resultar de los hechos anteriormente expuestos.

COMPAÑIA DE CONSUMIDORES DE GAS  
DE SANTIAGO

Santiago, 17 de Enero de 1972.

Información dirigida a los accionistas sobre la apertura de un poder comprador de acciones por parte de Corfo para estatizar la compañía, publicada en el diario *El Mercurio* el 23 de marzo de 1972. Archivo Patrimonial GASCO.

## Campaña de defensa ante la arremetida del Estado en las actividades productivas

Insertos de la compañía en periódicos de circulación nacional durante 1972 para dar a conocer a sus accionistas y a la opinión pública sobre las medidas para estatizarla. Comunicado sobre la interrupción de faenas en la Planta Maipú, publicado en el diario *La Tercera* el 17 de enero de 1972.

# GASCO A SUS Accionistas

La Corporación de Fomento de la Producción ha procedido a publicar avisos en los cuales se comunica la apertura de un poder comprador de acciones de la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago.

Al respecto debemos informar a los señores Accionistas que esa decisión de CORFO ha sido adoptada al margen de los acuerdos de la Junta de Accionistas y del Consejo Directivo de la Compañía.

**GASCO**  
Compañía de Consumidores de Gas de Santiago

Sígo., 23 de Marzo de 1972

# Nadie!

**absolutamente NADIE, da una mayor variedad de servicios... que nosotros.**

- Servicio de Reparación Automática de Gas Licuado.
- Gas de calleña.
- Atenciones Domiciliares.
- Suministro de Equipos Gas Licuado.
- Venta de Equipos Industriales.
- Calderas a gas.
- Asesoría Técnica.
- Proyectos de Instalaciones Domiciliares e Industriales.

Calor a su alcance.  
Agua caliente a toda hora.  
Cocina en cualquier momento del día.

Para Ud. y para Chile el gas es necesario,  
brindármelo cada día nos resulta natural.

**GASCO**  
CIA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO  
de gas... sabe más

**Menor sofisticación gráfica compensada por el refuerzo de la expertise**

La crisis financiera de la década de 1970 obligó a enfatizar el mensaje escrito y a mostrar la mayor cantidad de servicios y atributos posible en un mismo aviso. La empresa puso el acento en su probado saber hacer. Para escenificar estos conceptos se ocupaban gráficas e ilustraciones que remitían a las plantas industriales, a los camiones, los equipos, las estaciones, el personal de la compañía y también al consumidor. Aviso publicado en revista *Ercilla* N° 2138 (del 21 al 27 de julio de 1976). Archivo Patrimonial GASCO.

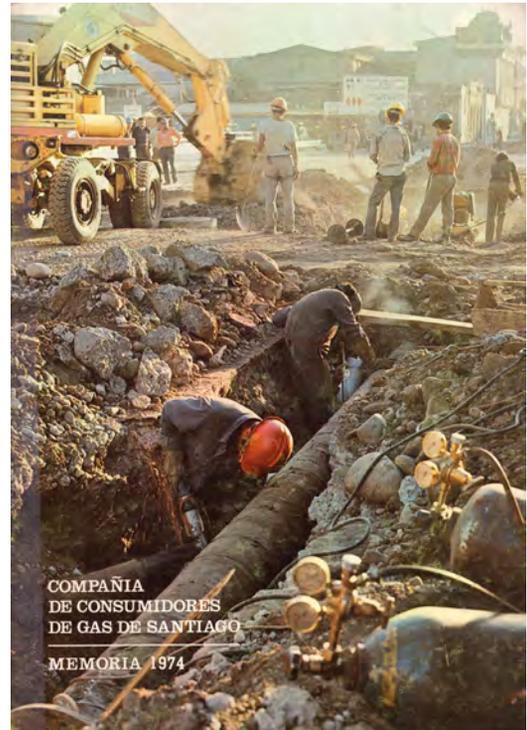
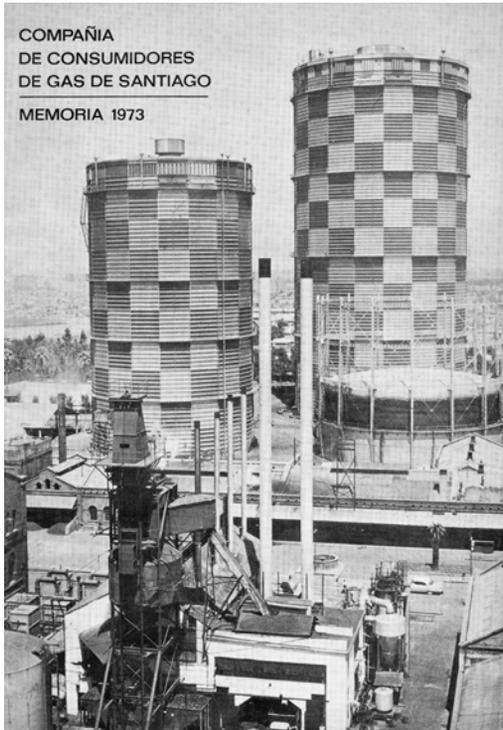
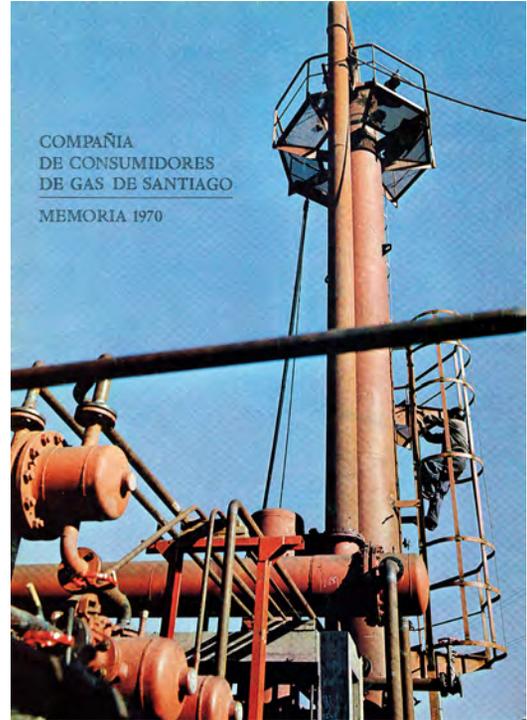
**GASCO**  
de gas... sabe más

YUNGE

PROYECTOS – INSTALACIONES – SERVICIOS  
EQUIPOS Y REPUESTOS – ASESORIA INDUSTRIAL.

**Efectos de la crisis económica en la publicidad de GASCO**

Los anuncios se simplificaron en los 70, llegando a una propuesta visual centrada en el diseño tipográfico, prescindiendo incluso de las ilustraciones y usando un solo color. En ellos se insiste en lo indispensable que es el gas para las necesidades calóricas, además de destacar atributos como la economía y el rendimiento. Parte del avisaje se dirige a captar el consumo industrial. Anuncio aparecido en la *Revista Ingenieros* N° 74, de 1977. Archivo Patrimonial GASCO.



**Memorias anuales GASCO**  
Portadas de memorias anuales publicadas por la compañía entre 1969 y 1974. Archivo Patrimonial GASCO.



**GASCO**  
CIA. DE CONSUMIDORES  
DE GAS DE SANTIAGO

# 1978

## calendario de reparto automático

Los días impresos sobre fondo blanco, indican el reparto en su sector. Si Ud. cambia de domicilio comuníquese su nueva dirección al 574000.





**SECTOR A**

Sector comprendido:  
Zanjón de la Aguada,  
Ochagavía, Cam. Lo Blanco  
Pta. Arenas y Vic. Mackenna  
Para reparto de Balones de  
11 y 45 Kgs.



No coloque cilindros cerca del fuego. En caso de escape, no encienda fósforos, retire el cilindro a un lugar abierto y llame al teléfono 93064.

ENERO						
L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

JULIO						
L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

FEBRERO						
L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

AGOSTO						
L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

MARZO						
L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

SEPTIEMBRE						
L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

ABRIL						
L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

OCTUBRE						
L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

MAYO						
L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

NOVIEMBRE						
L	M	M	J	V	S	D
				2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

JUNIO						
L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

DICIEMBRE						
L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

**Reparto automático de gas**  
Mientras la compañía se expande a través del país y su red de cañerías se transforma en su gran activo, los servicios de reparto a domicilio de cilindros de gas continúan incrementándose y ofreciéndose de forma sostenida en la capital. Calendario informativo, 1978.  
Archivo Patrimonial GASCO.

# EL GAS... UN ELEMENTO INDISPENSABLE

Ud. lo sabe Sr. ingeniero,  
El Gas es el mejor combustible.  
Por ECONOMIA y por RENDIMIENTO,  
el GAS es su mejor elección!

SOLICITE A NUESTRO  
DEPTO. TECNICO UN  
REPRESENTANTE.  
FONOS: 82121 - 60173



Aviso publicado en la *Revista Chilena de Ingeniería*, N° 383, 1981. Archivo Patrimonial GASCO.

## GAS LICUADO GAS DE CAÑERÍA

GASCO S.A. le da solución íntegramente a sus necesidades calóricas de gas.

- Asesoría técnica de proyectos.
- Diseño de hornos y quemadores automatizados.
- Suministro de equipos y controles para gas.
- Ejecución de instalaciones.
- Servicio de mantención.

Consulte a nuestro Departamento de Ventas  
Santo Domingo 1061 - Fonos 82121 - 60173

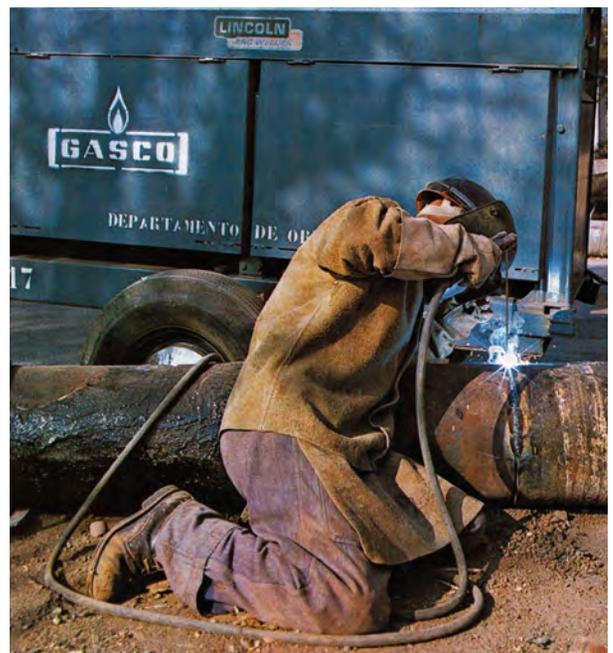
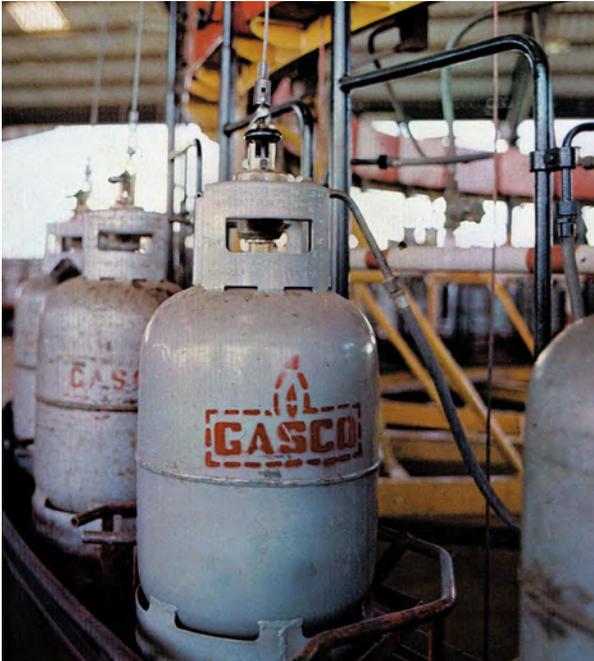


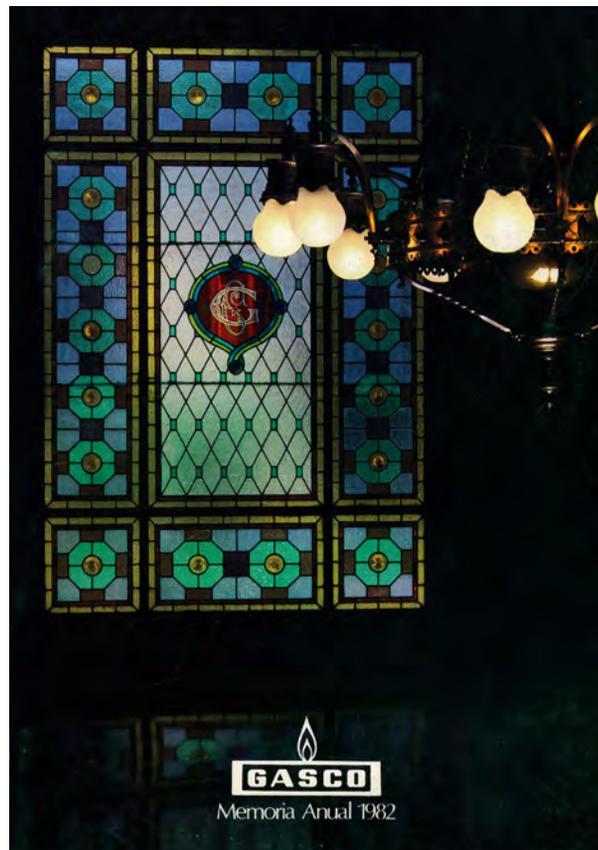
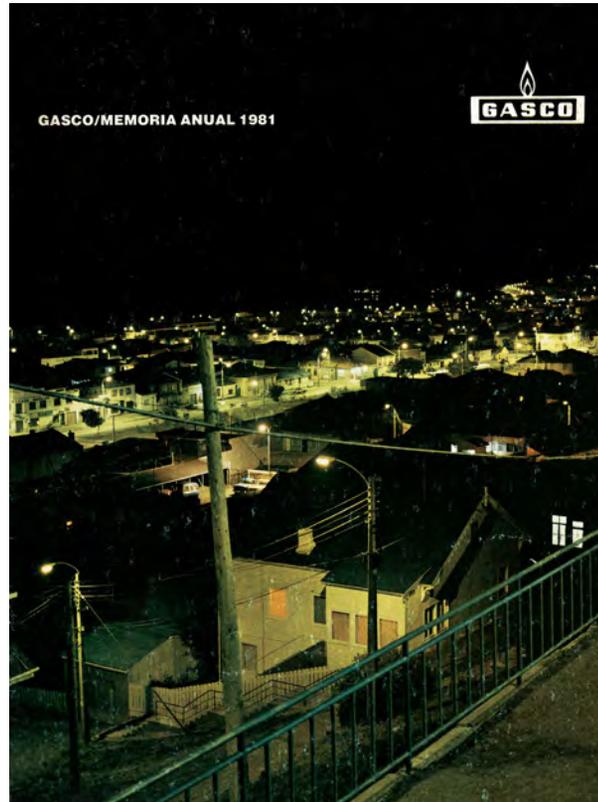
Anuncio de gas licuado aparecido en la *Revista Ingenieros* N° 92, junio de 1983. Archivo Patrimonial GASCO.

### Contenedores y flotas para las empresas de gas

Sus camiones son un poderoso y efectivo soporte publicitario. A su vez, los cilindros de gas y la infraestructura permiten brandear la marca, estrategia de la compañía que comenzó a acentuarse durante la década de 1980. Las fotografías de archivo corresponden a camiones repartidores, Servicio Industrial GASCO, carrusel de envasado, entrada al gasómetro y servicio de soldadura.

Archivo Patrimonial GASCO.





**El naming GASCO asume toda la imagen de marca**

En las memorias anuales y avisos publicitarios se utiliza indistintamente el logo en tonos negro y blanco, además de azul o impreso a tres tintas (azul, rojo y negro). Portadas de memorias anuales publicadas por la compañía en 1981 y 1982, respectivamente. Archivo Patrimonial GASCO.



**El identificador gráfico se centra en el nombre (naming) de la empresa**

A comienzos de los años 80, y sólo para efectos publicitarios, GASCO pasa a ser el eje del naming. El isologo evoluciona hacia una estructura más simple dado el amplio reconocimiento de este nombre de fantasía como sinónimo de la empresa a nivel nacional. Cuatro versiones de aplicación de color del identificador gráfico de GASCO, utilizadas durante la década de 1980 en papelería y memorias anuales. Archivo Patrimonial GASCO.

# NO TODO EL CALOR PROVIENE DEL SOL PARTE IMPORTANTE LA GENERA GASCO

Gas de cañería refinado. Gas licuado de petróleo.



La Compañía de Consumidores de Gas de Santiago, GASCO, con un personal altamente calificado le permite solucionar íntegramente sus necesidades caloríficas de gas.

- GASCO presta asesoría técnica en la elaboración de proyectos para instalaciones.
- Diseña hornos industriales, secadores de diversos tipos y quemadores para uso doméstico e industrial.
- Suministra toda clase de equipos y controles para gas refinado o licuado.

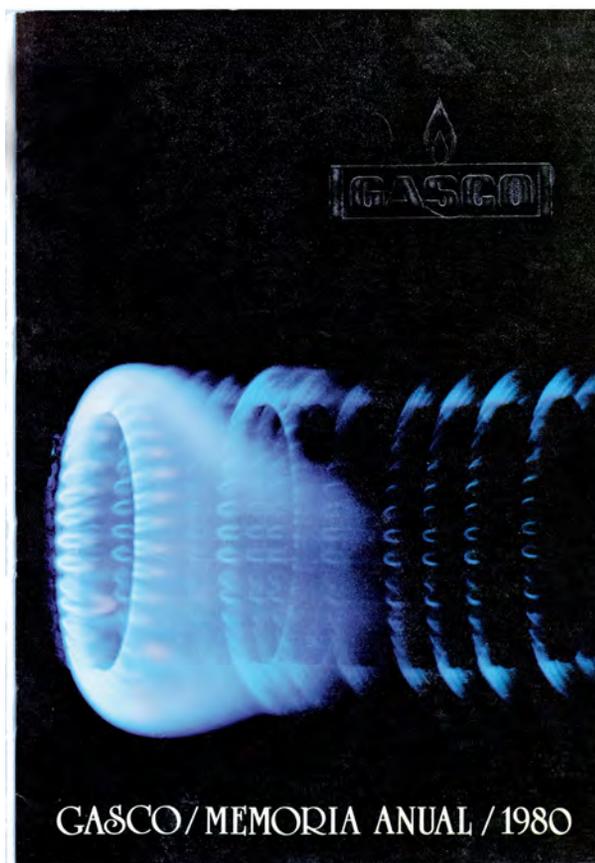
- Ejecuta instalaciones y cuenta con servicio de mantención para sus consumidores.

Consulte al Departamento de Ventas de GASCO y encontrará la solución que busca para viviendas individuales, conjuntos habitacionales, establecimientos comerciales e industriales.

PROYECTOS - INSTALACIONES - SERVICIOS.



Santo Domingo 1061 Fonos: 82121 - 60173 - 725836 - 726148  
Erasmó Escala 2612 Fonos: 93064 - 91495



## • GAS DE CIUDAD •

En cocina:  
Energía limpia  
que siempre está



Una cena maravillosa.  
Cálidas sensaciones con la mejor energía, Gas de Ciudad de Gasco. Energía limpia, cómoda, eficiente y ¡que siempre está!

Intégrese Ud. también al Gran Servicio Gasco, con el respaldo de la mayor Compañía de Gas del país.



Toda nuestra energía es para usted.



### La llama azul, símbolo del calor limpio

El uso del color se torna más protagonista en las comunicaciones de GASCO en el paso de la década de 1970 a la de 1980. Se introduce progresivamente el tratamiento fotográfico de la característica llama de los quemadores con sus tonos azules que remiten al calor eficiente y limpio, tras la cual hay una gran empresa al servicio del consumidor.

Arriba, izquierda: aviso publicado en la *Revista Chilena de Ingeniería* N° 2, 1984.

Arriba, derecha: portada de la *Memoria Anual de 1980*.

Izquierda: anuncio de «Gas de ciudad» publicado en la revista *Qué Pasa*, del 24 de agosto de 1989.

Archivo Patrimonial GASCO.

**· GAS DE CIUDAD ·**

# ENERGIA DEL PRESENTE Y DEL FUTURO

**GASCO**  
 Toda nuestra energía es para usted.

**Aparece el «gas de ciudad»**

La inyección de biogás generado en los vertederos como materia complementaria del gas derivó en el cambio de nombre del producto de «gas de cañería» a «gas de ciudad» (denominación internacional). Junto con ello se promovió como el gran activo de la empresa: la red de cañerías cerca de los hogares. GASCO se enfocó en el suministro permanente de energía calórica al consumo residencial e industrial y fomentó el desarrollo y uso del gas de cañería como alternativa a los combustibles líquidos. Este gas natural se presentó como un producto del mañana gracias a su alta capacidad de adaptabilidad a la infraestructura provista por GASCO. Detrás de esta innovación hubo un esfuerzo por diversificar la materia prima del gas de cañería y asegurar el abastecimiento de la red de cañerías. Aviso de Gas de Ciudad publicado en revista *Qué Pasa*, 1989. Archivo Patrimonial GASCO.

En gas, confíenos sus proyectos y ejecución de instalaciones.

## GASCO.

### Somos expertos.

GAS DE CIUDAD - GAS LICUADO

**GASCO**  
 Toda nuestra energía es para usted.

Santo Domingo 1061  
 Fonos 6982121-6960173  
 725836-726148  
 Erasmo Escala 2612  
 Fonos 93064-91495

Aviso publicado en *Revista Ingenieros* N° 105 de junio de 1988, donde se destaca el saber hacer de la compañía. Archivo Patrimonial GASCO.

Balones de 45 Kgs.  
BIENVENIDO AL

**GRAN  
SERVICIO  
GASCO**

Porque la instalación de sus equipos de gas es una elección importante, GASCO se preocupa de entregarle la mejor alternativa.



#### Clave ochentera

En los años 80 años GASCO impulsó sus servicios buscando una comunicación más cercana con el consumidor mediante el uso de ilustraciones en una clave más familiar. Las personas y los trabajadores de la compañía cobraron protagonismo en algunas campañas. No solo es el balón de gas el artefacto que se muestra en el relato de marca, sino también su destinatario y quien lo distribuye, generando un mayor diálogo entre consumidor y proveedor. Folletería y piezas gráficas para difundir la campaña «Gran Servicio GASCO», entre 1988 y 1989. Archivo Patrimonial GASCO.





**• GAS DE CIUDAD •**

## Sólidos testimonios

Edificio Médico  
Suavía 757  
Construye : Servino y Gacilúa Cia. Ltda.  
Arquitecto : José Goveas R.  
Instalación de gas: Gas de Ciudad de Gasco

Gas de Ciudad de Gasco, energía limpia, cómoda, eficiente y que siempre está!

Intégrese usted también al Gran Servicio Gasco, con el respaldo de la mayor Compañía de gas del país.



**GASCO**

Toda nuestra energía es para usted.

Otra Instalación Gas de Ciudad

**GASCO**

Toda nuestra energía es para usted.

Aviso de gas de ciudad publicado en *El Mercurio* del 25 de junio de 1989.  
Archivo Patrimonial GASCO.

# Otra Instalación Gas de Ciudad



**Toda nuestra energía es para Usted.**

Santo Domingo 1061 Teléfonos: 6982121 - 6960173

## Ahora también Gas Licuado Gasco en 15 Kgs.



Otra ventaja del Gran Servicio Gasco. Pasando en su comodidad, Gasco incorpora a su línea de Gas Licuado su nuevo balón de 15 Kgs.

Además, Gas Licuado a granel en empaques y en cilindros de 11 y 45 Kgs. Una solución para cada necesidad.

Intégrese usted también al Gran Servicio Gasco.

Santo Domingo 1061  
Teléfono 6960173

**GASCO**

Toda nuestra energía es para usted.

Letrero comercial utilizado para campaña GASCO, 1989.  
Biblioteca Nacional de Chile.

## Ahora también Gasco en 15 Kgs.

Contrate aquí su balón.



Intégrese usted también al Gran Servicio Gasco

Con el respaldo de la mayor compañía de gas del país.

Toda nuestra energía es para usted.

**GASCO**

Aviso publicado en el periódico *La Tercera*, el 12 de abril de 1989.  
Archivo Patrimonial GASCO

Cartel para difundir la campaña «Gran Servicio GASCO» en 1989.  
Archivo Patrimonial GASCO.

# GRATIS\*

## GASCO regala la mitad del gas por su nueva instalación de gas licuado de 11 o 45 kilos.



Esta es una oferta GASCO para su hogar.  
Fijese en estos ejemplos:

■ Valor garantía de un nuevo balón de 11 kilos .....		\$ 1.700
Valor del gas .....		\$ 560
Valor total .....		\$ 2.260
<b>PRECIO OFERTA GASCO .....</b>		<b>\$ 1.980</b>
■ Equipo de 45 kilos:		
2 balones, regulador e instalación .....		\$ 8.980
Valor del gas .....		\$ 4.520
Valor total .....		\$ 13.500
<b>PRECIO OFERTA GASCO .....</b>		<b>\$ 11.240</b>

Así de claro.  
Gasco regala la mitad del gas por su nueva instalación de gas licuado o por aumentar la cantidad de balones que Ud. tiene.  
Consulte en los locales de nuestros distribuidores y casas comerciales. Y también en nuestro stand de FISA 83.

**Venga a GASCO.  
El gas es GASCO.**

**CONSULTE SU CREDITO**



Santo Domingo 1061 - Teléfono 82121.  
126 años de servicio permanente. SANTIAGO

COM. DE CONS. DE GAS DE SANTIAGO  
LUIS CANGINO MUÑOZ  
VENDEDOR  
Rosas 1056 - (LOCAL)  
TEL: 728146 - 82121 - 282

\*Oferta de fin de año. Alfabet

Folleto publicado hacia 1990 para incentivar la instalación de gas licuado en los hogares. Archivo Patrimonial GASCO.



Calor seguro y confiable para este invierno.

**Disfrute del Gran Servicio GASCO**

Esta vez, el invierno se quedará afuera. Y tras esa agradable sensación de abrigo, el Gran Servicio GASCO. Porque con 132 años de experiencia y las más modernas instalaciones, GASCO le brindará calor seguro y confiable en este invierno.

Intégrese usted también al Gran Servicio Gasco.



Toda nuestra energía es para usted.




Junto al cariño de mamá.

**GASCO. La limpia energía que siempre está.**

La energía de GASCO, la empresa que cuenta con el más avanzado desarrollo tecnológico y con el mejor servicio a sus clientes.

Intégrese usted también al Gran Servicio GASCO.



Toda nuestra energía es para usted.




Tras esta pequeña llama azul, una gran empresa a su servicio.

**GASCO. Energía limpia para un futuro mejor.**

Energía limpia, eficiente y entregada con el mejor servicio a sus clientes. Esta es la sólida contribución de GASCO a su bienestar.

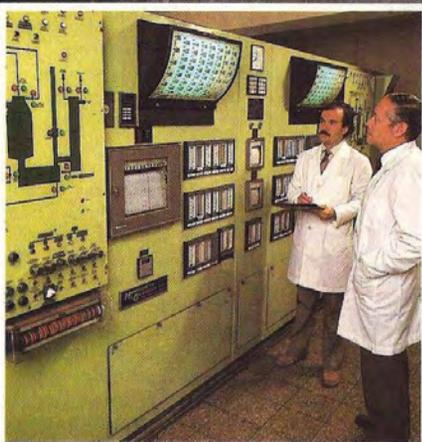
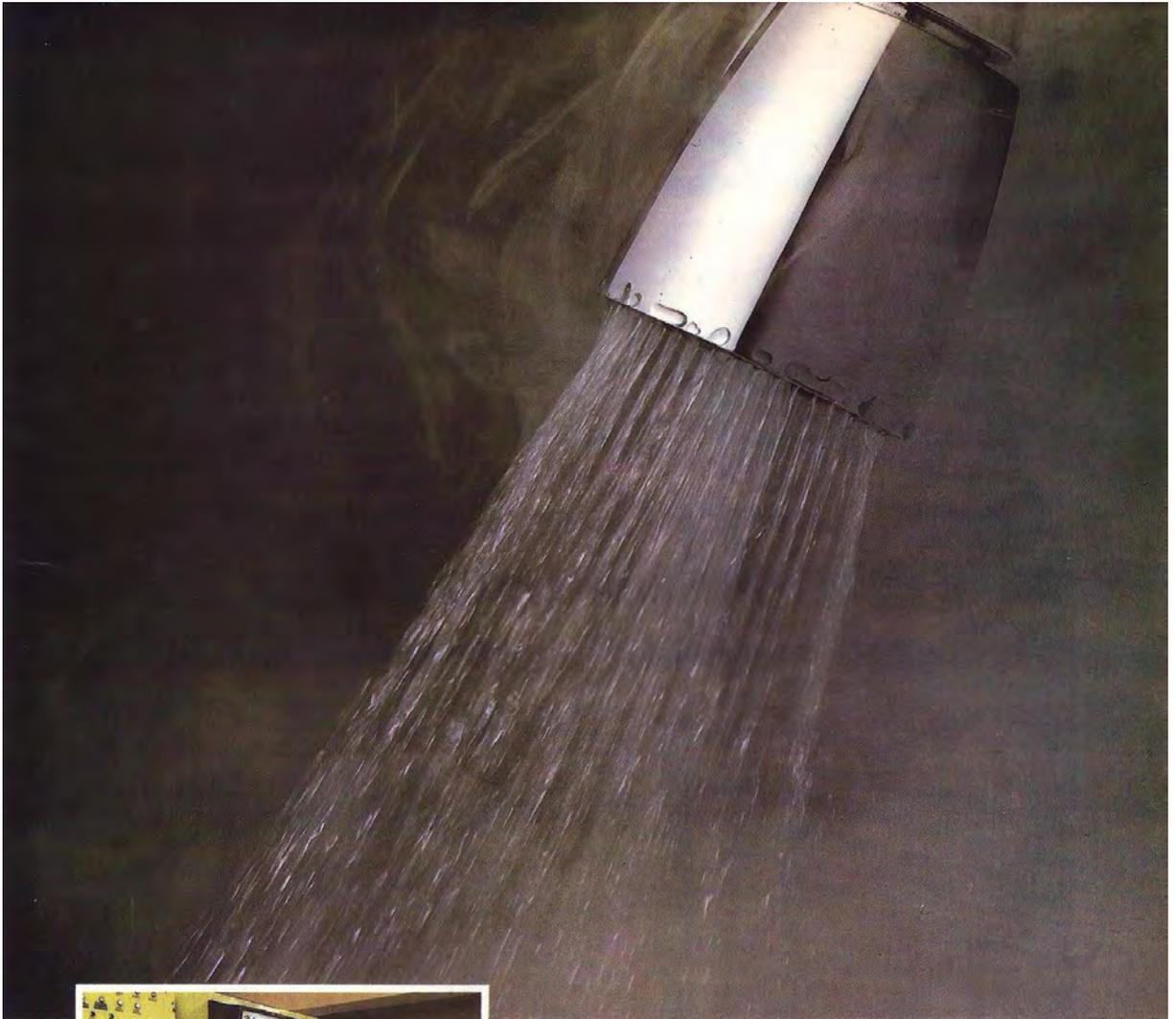
Intégrese usted también al Gran Servicio Gasco.



Toda nuestra energía es para usted.



Campaña de avisos publicados en *La Revista para Vivir Mejor* N° 8 al N° 10, de junio de 1988 hasta septiembre de 1988. Estos mensajes reforzaban la presencia de GASCO en los hogares y la tecnología e infraestructura que sustentan la calidad del servicio que permite entregar energía limpia a los consumidores. Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.



# **GASCO. La energía de cada mañana.**

Este es el Gran Servicio GASCO: la seguridad de contar cada mañana y las 24 horas del día, con energía limpia, segura y eficiente.

**Intégrese usted también  
al Gran Servicio GASCO**



**Toda nuestra energía es para usted.**

**Aire limpio para Santiago**

Aviso publicado en *El Mercurio* el 25 de junio de 1989.

Archivo Patrimonial GASCO.

**Nuevo formato para el consumidor: el balón de 5 kg**

A la intensificación de las campañas en prensa y TV se sumó la novedad de un nuevo tamaño de balón de gas, más económico: «Me gusta GASCO, porqué está en 45, 15, 11... y ahora en 5 kilos» señalaba una sonriente caricatura aferrada a un cilindro y con una flor en sus brazos; así, los cilindros llenan el entorno del hogar y son parte de la familia.

Imagen publicitaria incluida en un reportaje del *Informativo GASCO*, julio de 1991.

Archivo Patrimonial GASCO.

# Aire limpio para Santiago



**Gas de Ciudad.  
La limpia energía que siempre está.**

Estamos conscientes que la solución del problema del smog en Santiago no es una sola. Son un conjunto de soluciones que sumadas, podrán devolver a nuestra ciudad su atmósfera sana y transparente.

El suministro de gas por red es una de ellas.

**GAS DE CIUDAD**  
Servicio continuo.  
Energía silenciosa y eficiente.  
Combustión limpia y...  
No ocupa espacio.  
No altera el paisaje.  
No emite partículas contaminantes.

Con Gas de Ciudad  
Intégrese usted también al Gran Servicio Gasco.

Una efectiva contribución para obtener aire limpio para Santiago.



Toda nuestra energía es para usted.

# Me gusta Gasco.

Porque esta en 45, 15, 11... y ahora en 5 kg.



Gasco ha lanzado su nuevo cilindro de 5 kilos. La misma energía segura y confiable que usted conoce y con el mismo gran respaldo: un producto de la mayor Compañía de Gas del país.

Confíe en la experiencia, solicite sus cilindros a su distribuidor más cercano.




**DE GAS SABE MAS**  
GAS DE CIUDAD - GAS LICUADO  
GAS NATURAL



Ilustraciones para acompañar campañas gráficas de GASCO donde se presentan arquetipos de usuarios y trabajadores de la compañía, dando cuenta del proceso de fabricación hasta la entrega final del producto, 1991. Archivo Patrimonial GASCO.

Campaña «GASCO sabe más de gas» aparecida en la *Revista Ingenieros* N° 409, de 1992.

Archivo Patrimonial GASCO.

PROYECTO  
**PLUS**

**GASCO**

**GASCO**

La era de la informática llega a mejorar procesos. Folleto del Proyecto Plus de GASCO, moderno sistema de apoyo informático para mejorar la gestión de negocios, 1992. Esta pieza gráfica fue publicada poco antes del cambio de diseño de la marca.

Archivo Patrimonial GASCO.

### Energía limpia, energía confiable

Publicidad *Revista Ingeniería Chilena*, N° 410, de 1992 en la que ya se observa la utilización de la marca gráfica GASCO implementada ese mismo año.

Archivo Patrimonial GASCO.

**GAS DE CIUDAD – GAS LICUADO – GAS NATURAL**

SECADO DECORACION DE PORCELANA

## GASCO sabe más de gas.

Una solución integral a sus necesidades calóricas de gas.  
En sus proyectos y ejecución de instalaciones, cuente con el respaldo de la mayor y más avanzada Compañía de Gas del país.

- Asesoría en la elaboración de proyectos para instalaciones.
- Diseño y construcción de hornos, quemadores y secadores para uso doméstico e industrial.
- Equipos de control para Gas Licuado y Gas de Ciudad.
- Ejecución y mantención de instalaciones.
- Escuela de Gas para programas de capacitación técnica.

Consulte a nuestro Departamento Técnico

**SANTIAGO** : Santo Domingo N° 1061 – fono 6982121 - 6960173 - 725836 - 726148.

**CONCEPCION** : Av. Arturo Prat N° 195 fono 235133 - 227252.

**PTA. ARENAS**: Libertador Bdo. O'Higgins N° 860 – fono 223496 - 228483.

**GASCO**

Toda nuestra energía es para usted.

## ENERGIA LIMPIA, ENERGIA CONFIABLE

**GAS DE CIUDAD DE GASCO**

Este moderno edificio, como muchos otros, está conectado a la red de Gas de Ciudad. Agua caliente, calefacción y cocinas tienen aquí un suministro permanente de energía limpia, segura, económica y eficiente. Además, el Gas de Ciudad no ocupa espacio, permitiendo el aprovechamiento total del terreno.

Y algo muy importante: es energía limpia, que no emite partículas contaminantes.

En instalaciones domiciliarias, centrales térmicas o procesos industriales, prefiera la limpia energía de Gasco, la mayor Compañía de Gas del país.

**GASCO**

Energía limpia. Energía confiable.

GAS DE CIUDAD - GAS LICUADO - GAS NATURAL  
OFICINAS GENERALES:  
SANTO DOMINGO 1061 TEL. - 6982121 6960173  
FAX: 698937 SANTIAGO - CHILE



**La modernización de la imagen de GASCO**

Nuevo identificador gráfico de la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago S.A., introducido en 1992 y que se mantuvo durante los siguientes 25 años. El diseño era menos rígido que el anterior y se utilizó un efecto óptico de cierta tridimensionalidad. Si la marca gráfica anterior respondía a la tipología de isologo (combinación entre isotipo y logotipo), esta correspondía a un imagotipo (logotipo e isotipo separados). De esta forma, el símbolo de la llama se desprendía del naming. Como tercer elemento de identidad visual, se mantuvo la gama cromática original (azul y rojo con variaciones monocolor) que se aplica a la identificación institucional. Archivo Patrimonial GASCO.

**INFORMATIVO**  
**GASCO**  
 AÑO XII N° 156  
 MAYO - JUNIO  
 JULIO - AGOSTO 1992  
 ORGANO DE COMUNICACION INTERNA EN LA COMPAÑIA DE CONSUMIDORES DE GAS DE SANTIAGO S.A.

El día 1º de junio pasado comenzaron a operar los cambios introducidos en la estructura administrativa de la Compañía.

En la fecha referida fue creada la Gerencia de Operaciones. Para ocupar el cargo fue designado el Ingeniero civil Carlos Ugarte Kolbach. El cargo de Gerente Comercial pasó a desempeñarlo Eduardo Morandé Montt.

Como Subgerente de Administración y Finanzas fue nombrado Francisco Correa Ochavavía que llenaba las funciones de Subgerente Comercial en GASCO Concepción S.A.

En la Subgerencia de Gas de Ciudad fue nombrado Eduardo Ramírez González, en reemplazo de Juan Enrique Cortés que pasó a desempeñarse en la Gerencia General de la Sociedad GASMAR S.A., nueva filial de la Compañía. (Ver información aparte).

Las modificaciones introducidas han sido estimadas como necesarias y convenientes para desarrollar eficazmente los objetivos de GASCO.

El último de los nombramientos recayó en Wilhem Wend Glens quien ingresó a la Compañía el 13 de agosto de 1992, como Jefe del Departamento de Computación.

Asimismo, ingresó a la empresa Sergio Pérez C., como ingeniero de la Gerencia Comercial.

### MODIFICACIONES EN LA ESTRUCTURA DE LA EMPRESA Y NUEVAS DESIGNACIONES

Eduardo Ramírez, nombrado en fecha reciente Subgerente de Gas de Ciudad.

La Compañía - como lo ha manifestado el Gerente General, Agustín Ossas - plantea un nuevo desafío al estar a las puertas de un nuevo milenio: ingresar en un nuevo camino de modernización para ser más eficientes, sin dejar a un lado el camino personal y humanizado que la caracteriza.

Eduardo Morandé ha estado entre los impulsores del Proyecto Plus. A su lado el Jefe de Personal, Gonzalo Díaz.

### EL PROYECTO PLUS

Como toda empresa moderna, GASCO está consciente de la velocidad de los cambios, de la fuerte competencia existente y de la necesidad de renovarse para sobrevivir.

La Compañía del futuro empieza a vislumbrarse a través del Proyecto Plus.

¿Y qué es el Proyecto Plus?

Para Eduardo Morandé, Gerente Comercial, es una forma nueva de enfrentar nuestro quehacer en la Compañía.

El Proyecto "está orientado a generar un apoyo efectivo y eficiente a todas nuestras actividades rutinarias y a poner a nuestra disposición toda la información necesaria, de manera que nos permita efectuar labores más creativas y de mayor nivel, con un fuerte énfasis en la gestión de negocio".

**LA INFORMÁTICA**

La información será manejada mediante técnicas, metodologías y herramientas eficaces. Ellas existen y nos permitirán sobrevivir.

"La informática es una nueva rama de la ingeniería que ha marcado un hito en la historia de la humanidad, a tal

la opción de una disponibilidad permanente de datos, los que permiten a las empresas manejar su gestión".

La tarea que ahora comprendemos, ha dicho el Gerente Comercial, nos hará, con nuestro esfuerzo, personas mejores, conectadas a la más alta tecnología en el manejo de la información.

"Queremos tener una de las mejores empresa del país".

## NUEVO LOGOTIPO DE LA COMPAÑIA

La empresa cuenta, desde el mes pasado, con un nuevo logotipo.

El reciente diseño gráfico responde a la idea de proyectar una imagen dinámica, y más actual entre los clientes de GASCO.

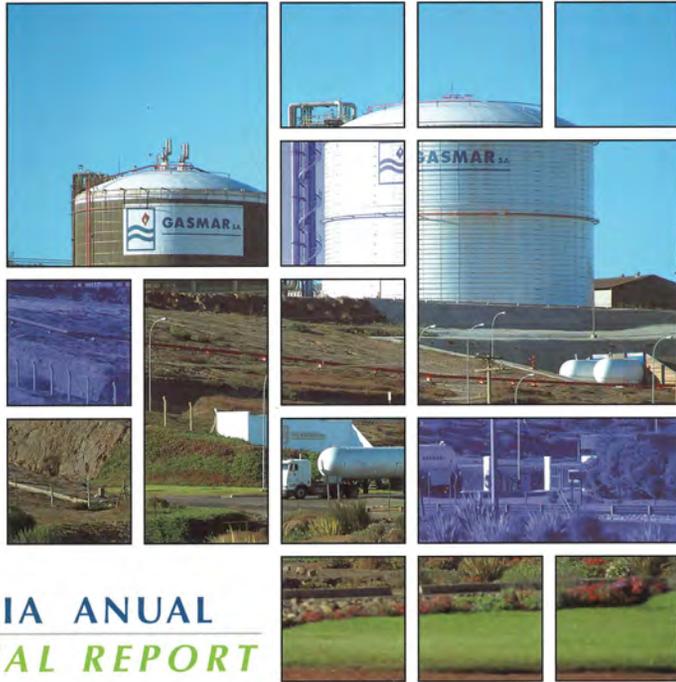
Asimismo, se ha cuidado mantener la visión de una Compañía sólida, eficiente, cuidadosa y con visión de futuro.

A los colores y a la llama, ya tradicionales, se les ha dado un nuevo "marco gráfico con las connotaciones descritas".

Para enfrentar los desafíos de un mercado muy competitivo, la empresa creó este nuevo logotipo. Precisa, por lo tanto, que todo su personal lo sienta como propio y presté su colaboración para reforzar esta moderna imagen de GASCO.

Portada del *Informativo* GASCO en que se anuncian los cambios de estructura, nombramientos y el nuevo logo. Publicación N° 156, de mayo-agosto de 1992. Archivo Patrimonial GASCO.

# GASMAR 2000



## MEMORIA ANUAL *ANNUAL REPORT*

*Memoria Anual* de la filial Gasmar S.A., constituida para construir y operar un moderno terminal marítimo en la Bahía de Quintero. Archivo: Gasmar.

**METROGAS S.A.**

Primer identificador gráfico de la filial creada en 1995 para la distribución y comercialización de gas natural. Archivo: METROGAS.



Lograr la temperatura ideal de manera uniforme en tu hogar es mucho más simple de lo que piensas, gracias a la calefacción central.

**INSTALA CALEFACCIÓN CENTRAL A GAS NATURAL**  
y disfruta todos sus beneficios

Además, al solicitar tu nueva Calefacción Central a Gas Natural, la cual puedes pagar hasta en 12 cuotas a través de tu cuenta mensual, encontrarás todo el Respaldo • Garantía • Asesoría Técnica • Financiamiento y Supervisión que caracterizan a Metrogas®.

Informa y cotiza en 24 horas en el 337 8000 y en [www.metrogas.cl](http://www.metrogas.cl) o en cualquier tienda de nuestros distribuidores.

**LLEGAR E INSTALAR**  
Ven a conocer nuestras nuevas Estufas Termostáticas, aptas para cualquier ambiente y con control de consumo.

**PROMOCIÓN**

<p><b>Caldera Basi</b> 20.000 TN 20.000 kcal/hc. Sin Natural</p> <p><b>¡\$52.518!</b> Precio control: \$529.990</p>	<p><b>Estufa Solar</b> G-170 5.440 kcal/hc. Sin Natural</p> <p><b>¡\$8.905!</b> Precio control: \$89.900</p>	<p><b>Estufa Abito Trotter</b> L-22 3.848 kcal/hc. Caminera</p> <p><b>¡\$19.564!</b> Precio control: \$199.900</p>	<p><b>Termostato programable ATP-1</b></p> <p><b>¡\$10.663!</b> Precio control: \$31.990</p>	
<p><b>Estufa Eskabe</b> Máximo 10.10 5.000 kcal/hc. Sin Natural</p> <p><b>¡\$9.777!</b> Precio control: \$98.900</p>	<p><b>Estufa Eskabe</b> Máximo 3.1 3.000 kcal/hc. Sin Natural</p> <p><b>¡\$6.967!</b> Precio control: \$69.900</p>	<p><b>Estufa Ennegi</b> 2150 5.000 kcal/hc. Sin Natural</p> <p><b>¡\$13.653!</b> Precio control: \$138.900</p>	<p><b>Estufa Ennegi</b> 3150 3.000 kcal/hc. Sin Natural</p> <p><b>¡\$7.258!</b> Precio control: \$72.900</p>	<p><b>Caldera Jenkins</b> Caminera 200 24.210 TN 20.000 kcal/hc. Sin Natural</p> <p><b>¡\$52.606!</b> Precio control: \$540.900</p>

**SOLUCIÓN FINANCIERA**  
**337 8000**  
ESTÁ EN NUESTRA NATURALEZA

Pago hasta en 12 cuotas cargadas a tu cuenta Metrogas®.

\*Términos y condiciones de esta promoción en [www.metrogas.cl](http://www.metrogas.cl) y en el local de atención al cliente de Metrogas®. Útilidad en el Respaldo SA. Las Cuotas. Precio vigente hasta el 30 de abril de 2015. Promoción de pago hasta en 12 cuotas cargadas a la cuenta de gas. Cheque y tarjeta de crédito. No aplica. Depósito. Fondo de garantía y administración de planes y beneficios que otorga la Metrogas S.A.

RESPALDO • GARANTÍA • ASESORÍA TÉCNICA • FINANCIAMIENTO Y SUPERVISIÓN

Afiches publicitarios utilizados por METROGAS desde 1995 hasta la actualidad. Archivo: METROGAS.

**El debut de los corpóreos en la publicidad**

Las famosas «llamas» de GASCO pasaron a integrar el repertorio característico de la publicidad de la compañía durante los primeros años del siglo XXI como identidad visual.

Archivo Patrimonial GASCO.



## Capítulo 5

### DE LOS MULTISERVICIOS A LAS SOLUCIONES ENERGÉTICAS (2001–2021)

Chile inició el nuevo milenio en un contexto económico optimista, que llevó a la administración a incrementar la productividad: la unidad de negocios GASCO Santiago, logró alcanzar una participación de mercado de 42,1%.

Por otra parte, la compañía aumentó su apuesta por el gas natural subiendo de 41% a 51,84% su participación accionaria en la subsidiaria METROGAS, consolidando así su presencia en gas licuado y natural, al incrementar la eficiencia de sus operaciones y mejorar el servicio a sus clientes.

En la Junta de Accionistas de abril del 2001 se tomó la decisión de cambiar la razón social Compañía de Consumidores de Gas de Santiago -vigente desde 1887- por GASCO S.A., marca que ya se utilizaba con amplio reconocimiento en el mercado.

Siguiendo con su trayectoria innovadora en la incorporación de productos al mercado nacional, la compañía creó AUTOGASCO Propano, ofreciendo un combustible alternativo menos contaminante para vehículos, reafirmando en su publicidad su compromiso con el medioambiente. Para desarrollar este proyecto, suscribió una alianza estratégica con la empresa holandesa AG Autogas Systems, líder mundial en tecnologías de conversiones de vehículos a gas licuado.

Como parte de la preocupación por entregar un servicio de excelencia, se implementó el primer call center publicitando el número telefónico en los camiones repartidores junto al distintivo logo de GASCO y su llama azul/celeste en el frente y los costados de la cabina.

La innovación, investigación y desarrollo siguieron siendo los pilares en el crecimiento del holding, con foco en la generación de productos y servicios que expandan la industria con soluciones energéticas menos contaminantes para hogares y otras actividades económicas. Surgieron proyectos relacionados con el uso del gas natural en la climatización y cogeneración en procesos de generación de electricidad.

GASCO S.A. continuó participando en forma creciente en aplicaciones de gas propano y metano para proyectos agroindustriales y comerciales, en reemplazo de combustibles menos eficientes y más contaminantes, como leña y carbón.

Se sumó la marca Marine GASCO, enfocada a la conversión de motores fuera de borda a gas licuado para la acuicultura, pesca artesanal y pequeñas embarcaciones turísticas.

Con la llegada de 2004 comenzó a asentarse la senda de crecimiento a nivel de resultados, a pesar de las restricciones de suministro de gas natural argentino que

DETROIT AL UNICITA/ANSA



## 35% de ahorro anual en combustible\*

¿Y usted, qué espera para tener su flota con AutoGasco?

Así de importante es el ahorro que puede obtener con AutoGasco. Con él podrá potenciar su negocio y hacerlo más rentable, reforzando su compromiso con el bienestar de sus clientes y el medio ambiente.

Haga un negocio inteligente y contrate AutoGasco para su empresa. Reducirá sus costos, aumentará su productividad y estará libre de restricción vehicular.

\* Para un recorrido anual de 45.000 kms. en gasolina.

Infórmese ahora mismo en el **694 44 43** o en [www.gasco.cl](http://www.gasco.cl)

**AUTOGASCO**  
Propano  
el mejor gas licuado vehicular

Aviso de AUTOGASCO publicado en revista *Qué Pasa*, N° 1633, julio de 2002.  
Archivo Patrimonial GASCO.

impactó principalmente a METROGAS. En este escenario, a nivel nacional, resultó clave el respaldo del gas licuado de GASCO no sólo como combustible, sino también como materia prima para las empresas afectadas.

Se potenció fuertemente la publicidad del gas licuado, con el debut de las llamas en formato corpóreo, bajo el concepto de calidad y calidez con el eslogan: «No es cualquier gas, es GASCO». Y para agilizar los despachos se instalaron GPS en los camiones de venta directa de la Región Metropolitana.

El 2006 GASCO S.A. celebró 150 años de existencia, consolidada como una de las empresas más prestigiosas del país por su larga y destacada trayectoria en el mercado energético nacional. La compañía reorganizó el negocio de gas licuado en GASCO Santiago, GASCO Norte S.A. y GASCO Sur S.A. Por su parte, AUTOGASCO se constituyó en sociedad anónima bajo la razón social Gazel S.A., para la comercialización de gas natural vehicular, integrada en partes iguales por GASCO S.A. y la empresa colombiana GNC Inversiones.

Con el fin de facilitar la venta de los cilindros, se estableció un acuerdo con la tarjeta Presto de Supermercados Líder para incluirla como medio de pago en los camiones repartidores «Si no tienes plata... ¡Te Presto!».

En el ámbito comercial y de marketing, la compañía aprovechó su red de distribución y conocimiento de los consumidores para implementar una plataforma electrónica de servicios inalámbricos complementarios en camiones repartidores y puntos de venta, que le permitiera crecer más allá de la venta de cilindros. Así, incorporó nuevas formas de pago -a través de tarjetas de casas comerciales- y la recarga para celulares sumando un nuevo atributo en su publicidad «Gasco, más calor, más servicios». Este hito marcó el despegue de la publicidad de GASCO GLP S.A. como empresa multiservicios, lo que conllevó la creación de la gerencia de Nuevos Negocios. Dos años más tarde se concretó una alianza con Servipag para implementar la recaudación de pagos de cuentas en los camiones, prestación que incorporó en avisos publicitarios, en su flota y en el volanteo con el eslogan: «Servipag Express, paga aquí todas las cuentas».



Campaña «¡Recarga aquí tu celular!» implementada en la red de distribución de camiones repartidores de la compañía, 2008.

Archivo Patrimonial GASCO.

En 2009 Transportes e Inversiones Magallanes S.A., sociedad compuesta por Gasco Magallanes (85%) y la empresa Círculo Ejecutivo (15%), se adjudicó la licitación para Transporte Público Mayor en Punta Arenas. Nace así MOVIGAS, una empresa innovadora y pionera al ser la primera flota de 61 buses en operar 100% a gas natural. Prestó servicios en esa ciudad desde el 2010 hasta el 2017 con una alta aprobación pública y altos estándares de operación. Archivo Patrimonial GASCO.



La publicidad de 2008 reemplazó a las llamas adultas -lanzadas en 2003- por «llamitas» representadas por niños, pasando del foco funcional al emocional, destacando la importancia de un gas más limpio para garantizar la calidez del hogar. Se estrenó la nueva campaña televisiva «Más calor, más amor».

La crisis financiera internacional de 2009 fue enfrentada por GASCO S.A. con solidez. A través de la recién creada subsidiaria Transportes e Inversiones Magallanes S.A. -en la que participó con 85% de la propiedad junto a Círculo Ejecutivo (15%)- se adjudicó la licitación pública para el transporte de pasajeros en Punta Arenas, que ofreció operar con 61 buses a gas natural de última generación, experiencia pionera en Sudamérica. Así nació MOVIGAS. Tras seis años y medio de operación con alto estándar de servicio, en 2016 Transportes e Inversiones Magallanes S.A. comunicó que dejaba la concesión.

Como parte de su política de promoción y a fin de publicitar el gas vehicular y demostrar los atributos de este combustible, la compañía hizo gestiones con los organizadores del Rally Dakar, que por primera vez se realizaría en Chile, para participar con un equipo de vehículos a gas, en una categoría experimental. El interés de la organización por promocionar combustibles alternativos más amigables con el medio ambiente permitió a la compañía participar con el equipo GASCO-Gazel-Terpel el 2010 y en los rally siguientes de 2011, 2012 y 2013, publicitando AUTOGASCO.

Otro hito relevante de este año fue la internacionalización de GASCO S.A. que ingresó al mercado de distribución de gas licuado en Colombia, apostando a ese país cuyas autoridades habían decidido elevar el estándar de esta industria. Tras adquirir

el 70% de la sociedad Inversiones GLP S.A.S. E.S.P. inició sus operaciones a través de la marca VIDAGAS, cuyo lanzamiento oficial se realizó en septiembre de 2010, con el logotipo en mayúsculas blancas sobre el verde de los cilindros o en letras verdes, más el isotipo de la llama de GASCO. Más tarde se incorporaría la conocida marca UNIGAS de Colombia.

En Chile la compañía consolidó el control del 100% de AUTOGASCO S.A. y en el ámbito de los desarrollos eco sustentables, GASCO GLP -en alianza comercial con los principales proveedores de colectores solares -lanza GASCO Solar para ofrecer a usuarios de alto consumo un mix de energía solar y respaldo de gas licuado, con los consecuentes ahorros y reducción del nivel de emisiones contaminantes.

En 2010 las llamitas publicitaban los multiservicios al ritmo del contagioso hit «caliente con Gasco eh oh», que ya había acompañado otras campañas anteriores.

AUTOGASCO relanzó comercialmente su marca con un look renovado. La presentación gráfica de su publicidad se componía por el isotipo de un colibrí que representaba al mundo ecológico, la innovación y confiabilidad del movimiento. El logo, mantenía la palabra GASCO con las características de la marca original, complementada con el nuevo concepto: auto en verde pistacho y en minúsculas. En algunas piezas publicitarias se incluyó la frase «energía en movimiento».

La empresa continuó promoviendo a través de avisos gráficos los atributos de sus soluciones energéticas en base a gas para la industria forestal con mensajes que se replicaban en avisos con fotos y el enunciado «GASCO, energía limpia para la industria y minería. Energía multifacética», más un sello con la frase «energía para cuidar nuestro medio ambiente».

Al finalizar la primera década del nuevo milenio Empresas GASCO fue destacada en un reportaje de la revista *Capital* (diciembre 2010) titulado «Carrera de éxitos» en el que nominaba a las 10 empresas que más crecieron durante esa década. Bajo el título «GASCO, contra viento y marea» la nota consignaba cómo a pesar de las graves consecuencias del drástico corte de suministro de gas desde Argentina, que afectó fuertemente a METROGAS, la compañía fue capaz de seguir creciendo, potenciando la



Las «llamitas» se hicieron parte de las redes sociales digitales en Facebook en 2012. Archivo Patrimonial GASCO.



Aplicación del penúltimo identificador gráfico de la compañía, estrenado en 1992, en generadores eléctricos como parte de una cuidada estrategia normativa de la marca gráfica. Archivo Patrimonial GASCO.

NO OLVIDES QUE EN ABRIL **CARGAS MIL**

CARGA INTELIGENTE "RECARGADA" con descuentos de **\$12/litro** a partir de los 120 litros\*\*

Facilidades de pago en **6 cuotas\*\*\***

ANTICIPATE AL INVIERNO Y APROVECHA ESTOS BENEFICIOS

**GASCO**

Vigencia: Desde el 01 de 30 de abril de 2011.  
Participa: Clientes gasco residencial Región Metropolitana y regiones V, VI, VII, VIII, IX y X.  
No acumulable con otras promociones. Sólo para clientes de servicio residencial en calentamiento.  
\*\* IVA incluido.  
\*\*\* Sólo con todas las facilidades.  
\*\*\* Con crédito GASCO (para clientes con crédito habilitado) o tarjeta de crédito bancaria en el domicilio.

Publicidad de servicio de carga inteligente, 2011.  
Archivo Patrimonial GASCO.

inversión en la distribución de gas natural y licuado, teniendo siempre como horizonte el largo plazo y no la coyuntura. Menciona también su participación en la construcción del Terminal GNL Quintero y el haber logrado posicionar el aspecto verde que conlleva el uso de gas, motivando a que empresas -especialmente aquellas que están midiendo su huella de carbono- se conviertan al uso de este combustible más amigable con el medioambiente y a difundir el uso del gas vehicular.

En 2011 los camiones de reparto envasado publicitaba «Paga aquí con Visa, Mastercard, Magna, American Express, Diners Club y Redcompra». Más de 1.500 vehículos ya operaban con dispositivo portátil POS (Point of Sale); la «Carga inteligente recargada»; las facilidades de pago en cuotas; más el eslogan «anticípate al invierno

y aprovecha estos beneficios». Luego se agregó la oferta de avances en efectivo y el prepago de la banda ancha.

La compañía continuó con su plan de consolidación de inversiones: Gas Sur pasó a ser 100% de GASCO tras comprar el 30% a Sask Energy Chilean Holdings Limitada; adquirió el 70% de Unigas y los activos vinculados a la distribución de gas licuado de Portagas y Durán en Colombia, alcanzando 23% de participación en ese mercado.

GASCO GLP fue distinguida por primera vez por el ESE de la Universidad de Los Andes y MIC (Most Innovative Companies), con el primer lugar del sector energía en innovación al introducir al mercado el cilindro de dos kilos y la línea de estufas Thermax Mini para competir con la parafina.

La publicidad recurrió a figuras televisivas acompañadas de las llamitas para posicionar ambos productos, que ofrecían «calor más conveniente y más limpio».

A fines de 2011 se lanzó la aplicación GASCO Móvil para Iphone y Android, permitiendo hacer pedidos de gas desde cualquier lugar del país y en el servicio granel residencial los folletos y newsletters publicitaban estanques de 500, 1.000, 2.000 y 4.000 litros, aéreos y subterráneos, apuntando a posicionarse como energía limpia para todo el hogar.

Se imprimieron folletos para vender la energía solar más gas licuado. Con el eslogan «Para Gasco cada proyecto es especial», se ofrecían propuestas a la medida de cada cliente y se explicaba por qué preferir esta solución para el suministro de calor, argumentando ahorros inmediatos de hasta 70% en el consumo normal de combustible y costos de mantenimiento marginales.

A comienzos de 2012 Inversiones GLP S.A.S. E.S.P. adquirió los activos para la distribución de gas licuado de Intergas Corona, en la costa caribeña de Colombia y el 33% de Montagas, en la zona de Nariño, al suroeste, donde la empresa no tenía presencia. De esta forma alcanzó una participación cercana al 23% en dicho país.

La campaña de invierno 2013 se focalizó en mostrar las cosas buenas de la estación del frío, con el eslogan «Por un invierno con mayor energía, GASCO mejor

energía para todos» e incorporó tres comerciales con figuras televisivas direccionados a preferir estufas a gas para calefaccionar.

La creación de valor mediante nuevos proyectos se asumió como uno de los desafíos permanentes de GASCO S.A., sus filiales y compañías relacionadas. En noviembre aumenta a 60% su participación en la propiedad de Innergy Holding y a 56,7% en Gasoducto del Pacífico Argentina, las que adquieren la calidad de subsidiarias.

En 2015 la campaña publicitaria apelaba a la familia «GASCO, mejor calor para tu familia. Traer calorcito como el de la mamá para que nunca se acabe el cariño, el regaloneo y la dedicación que nos reúnen cada día».

En junio de 2015 GASCO S.A. adquirió a Naviera Ultrana el 12,75% de Gasmar S.A., con lo que alcanzó una participación de 63,75% de este activo clave para su estrategia de desarrollo en el abastecimiento.

En diciembre de ese año Gas Natural Fenosa Chile SpA (controlador de Compañía General de Electricidad, CGE) y el Grupo Pérez Cruz, ambos principales accionistas de GASCO S.A., informaron sobre un acuerdo respecto de la división de GASCO S.A. en dos sociedades,

una dedicada al gas natural y otra al gas licuado, que mantendría la denominación de GASCO S.A.

La celebración de los 160 años de GASCO S.A. se dió en el marco de la concreción de un histórico proceso de división. En agosto de 2016 el Grupo Pérez Cruz adquirió 71,91% de GASCO S.A., con lo que incrementó su control directo a 94,13%, hito determinante en el futuro de la empresa.

En línea con su estrategia de transformar a GASCO en un referente de soluciones energéticas sustentables y desmarcarla de la imagen de comercializadora de un commodity, el nuevo directorio de GASCO S.A. contrató a la consultora de branding B2O para renovar su imagen corporativa e institucionalizar una estructura del holding Empresas GASCO S.A.

Tras analizar las convenciones y criterios gráficos de otros referentes mundiales de la categoría y de acuerdo con el propósito corporativo definido por la compañía, la consultora propuso reemplazar la llama por una especie de arropa como isotipo conceptual de energía en movimiento, modernidad y conexión con las personas, el uso de minúsculas; tipografías y formas orgánicas, convergentes de rasgos amables y con carácter.

La idea era potenciar que se proveen soluciones asociadas al mundo de la energía y, a la vez, que se está al servicio de la comunidad. Pero considerando que este cambio daría paso a una arquitectura marcaría jerarquizada en dos niveles, Empresas GASCO S.A. se diferencia como marca corporativa con una investidura más formal

**PARA GASCO  
CADA PROYECTO ES ESPECIAL**

- Elaboración de propuestas de acuerdo a tus necesidades.
- Estrecha colaboración en el desarrollo de tus proyectos.
- Instalaciones certificadas.
- Suministro garantizado y continuo.
- **Propano:** combustible limpio que genera bajas emisiones.
- **Gasco Solar:** agua caliente con energía mixta solar-gas para tu proyecto.

Infórmate en 694 4444  
o ingresa en [www.gasco.cl](http://www.gasco.cl)

**GASCO**

Folleto para promocionar la venta de energía solar más gas licuado con el eslogan "Para GASCO cada proyecto es especial" mediante soluciones diseñados a la medida para cada cliente, 2011. Archivo Patrimonial GASCO.



Isotipo de la compañía diseñado por la empresa consultora en branding B2O. Archivo Patrimonial GASCO.

y acorde a sus audiencias específicas, que no son los consumidores directos sino los stakeholders institucionales e inversionistas.

En los meses siguientes se dieron una serie de pasos relacionados con el nuevo enfoque estratégico. A fines de ese mismo año, la empresa se asoció con Energía Latina S.A. (Enlasa) para constituir, en partes iguales, Innovación Energía S.A. (Inersa) empresa destinada a desarrollar y explotar proyectos complementarios de gas licuado con energías renovables y brindar soluciones energéticas industriales. En enero de 2017, también junto a Enlasa, constituyeron Terminal Gas Caldera S.A., con el fin de desarrollar y explotar un terminal marítimo portuario en la bahía de Caldera para la carga, recepción, descarga, almacenamiento y envasado de gas licuado. Esto con el fin de ampliar el mercado para este combustible en las zonas alejadas y hacerlo más competitivo al evitarse el traslado en camiones desde Quintero.

Con el lanzamiento de Gasconnect -aplicación que reduce el tiempo de entrega de los cilindros- la publicidad de 2017 se volcó a mostrar las funcionalidades de esta herramienta que conecta la demanda con el camión más cercano. En los comerciales de televisión y a través de redes sociales destacaron los atributos más valorados por los clientes que son la rapidez en la entrega y la predictibilidad y se utilizan los prototipos del cliente impaciente -que ahora puede seguir en línea su pedido y saber exactamente a qué hora recibirá el producto,- dando por resultado una alta satisfacción. Esta campaña publicitaria resultó muy exitosa y ganó un Effie Awards de plata.

Continuando con su estrategia de convertirse en un holding de energía, Innovación Energía S.A. (Inersa) celebró un contrato para instalar en Teno, Región del Maule, la primera planta generadora eléctrica a gas licuado de Sudamérica. La central considera una capacidad instalada de 44,7 MW y es la primera de varias proyectadas en distintas localidades del país.

Durante 2018 y 2019 el cambio de la arquitectura marcaría apuntó al posicionamiento de la compañía desde el cilindro y la indiferenciación de la venta del commodity gas al de referente en la innovación, a través de soluciones energéticas sostenibles que mejoran la calidad de vida de las personas y de la sociedad, aumentando la

Canpaña de difusión de la aplicación digital Gasconnect en el Metro, 2017.  
Archivo Patrimonial GASCO.

**Gasco**  
**REVOLUCIONÓ**  
**LA FORMA DE PEDIR GAS.**

DESCARGA **Gasconnect**

- UBICA EL CAMIÓN MÁS CERCANO.
- MUESTRA DONDE VIENE Y A QUE HORA LLEGA.
- DISMINUYE EL TIEMPO DE ENTREGA.

TU PEDIDO A **7** MINUTOS

**AHORA Gasco ES EL MÁS RÁPIDO.**

productividad de las empresas. Y eso es lo que proyectó en la estrategia publicitaria, con una marca fuerte y monolítica: el isotipo de la letra «G» en cian y el logotipo GASCO en rojo, solo o acompañado de los descriptores específicos de las áreas de negocios, como cilindro, autogas y soluciones energéticas.

En 2020, además de la tradicional campaña de invierno de gas envasado por televisión, radios y medios digitales, se siguió potenciando Gasconnect en todas las plataformas. Por primera vez, se hizo una campaña enfocada en mostrar al sector industrial y corporativo, con todo el abanico de soluciones energéticas que ofrece la compañía a través del mix de gas licuado granel (calefacción industrial, calentamiento de hornos, calderas y motores), energía térmica (agua caliente y vapor) y energía distribuida (solar fotovoltaica), destacando tres de los atributos que avalan su desempeño en este campo, acompañando el desarrollo de soluciones energéticas en Chile. El plan comunicacional abarcó prensa, medios digitales y redes sociales.

Asimismo, se realizó una campaña publicitaria para promover el gas vehicular y otra de gas granel, orientada a los segmentos comercial e inmobiliario. En el caso del autogas se lanzó una promoción en alianza con Santander Consumer para financiar la compra de autos y convertirlos a gas.

Durante el segundo semestre de 2020, con el objeto de hacer una reorganización empresarial, la compañía se dividió en dos sociedades, separando los negocios energéticos, quedando agrupados en Empresas GASCO S.A., y una nueva compañía denominada GASCO Inversiones S.A., que conserva otras inversiones y activos inmobiliarios o de cualquier otra índole que no estén directamente relacionados con el negocio energético.

En sus 164 años Empresas GASCO S.A. ha persistido en su vocación de proveer servicios, productos y soluciones energéticas a los consumidores, adelantándose a sus necesidades con propuestas innovadoras, eficientes, con un alto estándar de calidad y sustentables, logrando desarrollar una personalidad de marca con gran versatilidad comunicacional y utilizando los escenarios mediáticos con la finalidad de potenciar su mensaje y su oferta.



## **SOLO HASTA EL 30 DE NOVIEMBRE APROVECHE ESTA ESPECTACULAR OFERTA PARA CONVERTIR TODA SU FLOTA DE VEHICULOS A GAS LICUADO**

**Además los primeros 100 autos  
convertidos a gas licuado GANAN:**

- Un juego de 4 neumáticos.
  - Servicio de alineación y balanceo.
  - Cambio de aceite y filtro de motor por un año.
  - Una batería con servicio de instalación incluido.
  - Revisión técnica a gas por un año.
- Mantenimiento programado de los 5.000 y 10.000 kms. del sistema a gas.



**Acelere su decisión. Pida su conversión al  
694 44 43 ó en [www.gasco.cl](http://www.gasco.cl)  
Oferta válida sólo hasta el 30 de noviembre de 2002.**

**AUTO GASCO**  
Propano  
el mejor gas licuado vehicular

En julio de 2001 GASCO S.A. inició una campaña comunicacional masiva para posicionar a AUTOGASCO (Propano) como pionera en el gas vehicular. Aviso publicado para la campaña en revista *Qué Pasa*, N° 1646, octubre de 2002.  
Archivo Patrimonial GASCO.

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO, S.A.



\*Para un recorrido anual de 45.000 kms. en gasolina, según inversiones.



## El combustible que hará crecer su negocio hoy

El gas licuado vehicular es el combustible alternativo de mayor uso en el mundo. Hoy en Chile, lo ponemos a disposición de su flota de vehículos. Disfrute las ventajas del gas licuado vehicular de GASCO y haga su negocio más rentable.

- **Ahorro de hasta un 35% anual** en el gasto de combustible.\*
- **Libre de restricción vehicular**, todos los días del año.
- **Somos especialistas en la conversión de vehículos a gas licuado** con tecnología de última generación.
- **Red de abastecimiento** en las principales ciudades del país.
- **146 años de experiencia** en gas licuado.
- **Más de 7 millones de autos en el mundo**, hoy circulan con el sistema de gas licuado vehicular.
- **Actualmente, los vehículos que pueden utilizar AutoGasco, son los siguientes:** Nissan V-16, Nissan Sentra II, Nissan D-21, Chevrolet Combo, Chevrolet Luv 2.2, Peugeot Partner, Daewoo Lanos y próximamente nuevos modelos.

**AUTO GASCO**  
Propano  
el mejor gas licuado vehicular

**Infórmese ahora mismo en el 694 44 43 o en [www.gasco.cl](http://www.gasco.cl)**

Aviso difundido en la Revista *Electricidad Interamericana*, N° 66, noviembre-diciembre 2002, campaña AUTOGASCO. Archivo Patrimonial GASCO.

**VUELVE LA  
LLUVIA DE ACCION  
GASCO**



**GASCO**

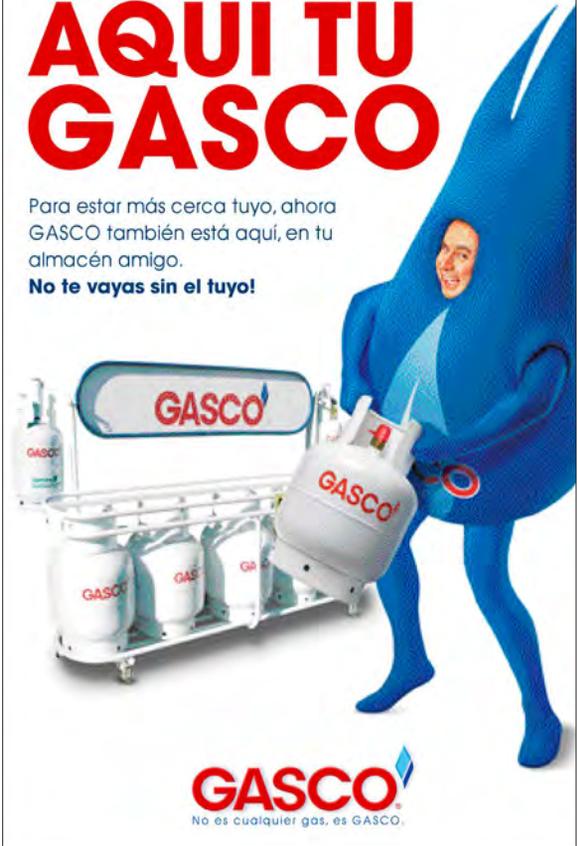
**Compra tu cilindro + \$ 500  
Y LLEVATE UNA ENTRETENIDA PISTOLA DE AGUA**

Haz tus pedidos GRATIS al:  
**800 530 800**  
Desde celulares 600 290 9000  
o en [www.gasco.cl](http://www.gasco.cl)

**GASCO**

Información válida entre el 10 de diciembre del 2007 y el 10 de enero del 2008 o hasta agotar stock, desde la 1ª y 7ª región. Hoy 24.845 patibara o reportes. Más información en [www.gasco.cl](http://www.gasco.cl)

**VECINA, AHORA COMPRA  
AQUI TU  
GASCO**



Para estar más cerca tuyo, ahora GASCO también está aquí, en tu almacén amigo.  
**No te vayas sin el tuyo!**

**GASCO**  
No es cualquier gas, es GASCO.



**El debut de las llamas en formato corpóreo**

En 2004 se potenció la imagen de marca en gas licuado, bajo el concepto de que la diferencia está en la calidad y calidez del producto: «No es cualquier gas, es GASCO».

Archivo Patrimonial GASCO.



**EN LA PUERTA DE TU CASA!**  
**RECARGA TU CELULAR CON GASCO!**  
 Qué más fácil y cómodo!

Haz tu pedido al **800 530 800** o desde celulares al **(02) 530 0000** y aprovecha de recargar tu celular en los camiones Gasco adheridos!

**Claro** **ENTEL PCS** **movistar**

**GASCO**  
 No es cualquier gas, es GASCO.



**GASCO**

Haz tus pedidos al **800 530 800**  
 Desde celulares al **600 290 9000**

ÚSALAS AQUÍ **PRESTO** **La Polar** **hites**

**Tarjetas como facilitador de medio de pago**

En 2006 se estableció un acuerdo con la tarjeta Presto de supermercados Lider como medio de pago en los camiones tanto de la red de venta directa como en la flota de sus distribuidores exclusivos. «Si no tienes plata... ¡Te Presto!», era el eslogan de la campaña. Después se sumaron las tarjetas de La Polar e Hites.

Archivo Patrimonial GASCO.

## HAY MUCHAS RAZONES PARA PREFERIR GASCO!

- ✓ Disfrute del gas de Gasco, un gas limpio y de gran rendimiento. Con él su cocina, calefont y todos sus artefactos duran más.
- ✓ **Sello Total Exclusivo** de Gasco, el más moderno sello de seguridad que protege la calidad y la cantidad del contenido de nuestros cilindros.
- ✓ La calidad de nuestro servicio y la **Rapidez de Atención** son un compromiso diario con nuestros clientes.
- ✓ No importa de que color o marca sea el cilindro de gas que tiene en casa, **su distribuidor Gasco lo recibirá.**

Haz tus pedidos GRATIS al  
**800 530 800**  
Desde celulares al 600 290 9000



### Lanzamiento número 800

El 2006 la empresa lanzó su primer número 800 para que los compradores hicieran pedidos sin incurrir en gastos por la llamada. Posteriormente sumó un número 600 para el segmento granel. En el ámbito de la seguridad se incorporó a los cilindros un «Sello Total», innovación desarrollada al interior de la compañía.

Archivo Patrimonial GASCO.

**GASCO**  
No es cualquier gas, es GASCO.



Haz tus pedidos a  
**600 530 5353**  
Emergencias por escape de gas  
**600 600 7799**

Promoción válida entre el 07/02/08 y el 07/04/08 en todas las agencias de los 300 edificios. Sólo en la compra de un cilindro y para compras de GUP Gasco a distribuidor autorizado según indicación de cada cupón. Cupones no acumulables.



## COMPRA Y GANA CON GASCO

**Ahora ya tienes 3 regalos para canjear en tus próximas compras en Gasco.**

Por la compra de una carga de gas licuado GASCO, recibirás tu regalo de inmediato con sólo entregar el cupón.

Haz tus pedidos a tu distribuidor de siempre

**PRONTOGASCO**  
**67 67 67**  
Reparó GRATIS a domicilio

GASCO



Fotografía referencial del producto.

Por la compra de tu primera carga GASCO TE REGALA

UN JABON LIQUIDO

GASCO



Fotografía referencial del producto.

Por la compra de tu segunda carga GASCO TE REGALA

UNA LATA DE FOSFOROS

GASCO



Fotografía referencial del producto.

Por la compra de tu tercera carga GASCO TE REGALA

UN CHISPERO SUPER FOSFORO

GASCO



EL USO DE CILINDROS DE GAS EN EDIFICIOS

PERMITIDO

OFICIO CIRCULAR N° 4351 (SEC)

#### ProntoGasco

Cupones de promoción por compra de gas licuado.

Archivo Patrimonial GASCO.

#### Energía limpia en edificios

El uso de cilindros de gas licuado en edificios de altura fue informado por la compañía mediante volantes explicativos, momento en que la «llama adulta» comenzaba a dar paso a la «llamita» representada por niños.

Archivo Patrimonial GASCO.

# RECUERDA SIEMPRE OFRECER LOS MULTISERVICIOS

**Pago de Cuentas + Recarga Celular  
+ Pago con Tarjeta**



**GASCO!**  
Más calor, más amor.

#### «Más calor, más amor» con las llamitas

En la publicidad de 2008 se reemplazaron las llamas adultas -que ya habían cumplido su ciclo- por «llamitas» niños. En mayo de ese año se estrenó la nueva campaña televisiva bajo el eslogan «Más calor, más amor», orientada a destacar la contribución de la marca en los momentos que hacen el hogar: una comida rica, un baño caliente, el abrigo a quienes más se quiere.

Archivo Patrimonial GASCO.



### Gasco en redes sociales

La campaña «Más calor, más amor», con las «llamitas» asumiendo un rol protagónico, tuvo una importante presencia en medios digitales y campañas online.

Archivo Patrimonial GASCO.

# PAGA TODAS TUS CUENTAS EN GASCO



Imagen: © 2009, todos los derechos reservados por Gasco GLP S.A. y/o sus filiales. Carga por avisos de distribución a nivel nacional por Gasco S.I.T.O.

Ahora **AL COMPRAR TU CILINDRO DE GAS** podrás aprovechar de **PAGAR TUS CUENTAS** en los camiones y locales de distribuidores Gasco adheridos.

Haz tus pedidos a tu distribuidor

**GASCO**  
**528 10 10**

**GASCO**  
Más calor, más amor.



# PAGA todas tus cuentas en GASCO



Haz tus pedidos a tu Distribuidor Exclusivo

**GASCO**  
**528 10 10**

### Alianza con Servipag para pago de cuentas en los camiones

Como parte de la estrategia mutiservicio al cliente, en 2009 GASCO GLP concretó una alianza con Servipag para implementar la recaudación de pagos de cuentas en los camiones, servicio que incorporó en avisos publicitarios en medios, en su flota y en el volanteo, con el eslogan: «Servipag Express, paga aquí todas las cuentas».

Archivo Patrimonial GASCO.



**AUTO GASCO**  
Propano

 **autoGASCO**®

#### Relanzamiento Autogasco

En 2010 Autogasco lanzó comercialmente su marca con un nuevo *look*: el isotipo de un colibrí que representa al mundo ecológico, la innovación y confiabilidad del movimiento. En piezas comerciales e institucionales se incluyó la frase «energía en movimiento». Esta imagen, que corresponde a junio de 2011, formó parte de una agresiva campaña de medios, que le permitió posicionarse como líder en gas vehicular en el país. Durante ese año las conversiones crecieron a tasas inéditas impulsadas por la apertura de puntos de venta, que llegaron a bordear los 50. Archivo Patrimonial GASCO.

 Llegó  
**autoGASCO**®

El gran líder  
del Gas Vehicular en Chile

Más conveniencia.  
Más ecología.  
Más autonomía.





### Autogasco, la mejor solución híbrida para tu vehículo

- Más ahorro al ser un combustible más económico que la gasolina.
- Más control en el llenado del estanque y gasto de combustible.
- Más ecología gracias a sus propiedades amigables con el medio ambiente.
- Más autonomía del vehículo posterior al proceso de conversión.

Más información llamando al 800 20 71 11

# AUMENTA TU SUELDO AHORA

CONVERSIÓN SIN COSTO • SIN RESTRICCIÓN VEHICULAR

Llámanos al 800 207 111

Convierte tu taxi en un AutoGasco  
[www.autogasco.cl](http://www.autogasco.cl)



**AHORRA  
\$100.000  
MENSUALES  
SÍ O SÍ**



#### Soluciones Autogasco

La campaña del servicio de la compañía apuntó a ideas fuerza como el ahorro, la empatía ecológica, el mejor control en el llenado del estanque del vehículo y la autonomía del mismo luego del proceso de conversión; se abrió una nueva etapa que apuntó al uso de vehículos a gas como una solución tecnológica híbrida. Archivo Patrimonial GASCO.



### **GASCO en Rally Dakar**

La compañía participó con vehículos a gas, con un equipo GASCO-Gazel-Terpel en 2010, y en los años 2011, 2012 y 2013, publicitando Autogasco.

Archivo Patrimonial GASCO.



**Tu negocio crece con AutoGasco.**

MÁS ECONOMÍA  
MÁS AUTONOMÍA  
SIN RESTRICCIÓN VEHICULAR

**AHORRA 30% APROXIMADO CON GAS VEHICULAR**

Convierte tu Vehículo a Gas llamando al **800 207 111**  
[www.autogasco.cl](http://www.autogasco.cl)

**autoGASCO.**  
energía limpia en movimiento



**GRACIAS AUTOGASCO!**

**CON GNC AHORRA \$2.000.000 AL AÑO**  
\$180.000 APROX. MENSUALES\*

**CONVIÉRTETE HOY POR SOLO \$99.000 Y LLÉVATE \$90.000 EN GAS VEHICULAR**

Conviértete llamando al **800 207 111**  
[www.autogasco.cl](http://www.autogasco.cl)

**autoGASCO.**

Cálculo al 15 de noviembre de 2011, en base a valor promedio gasolina de 95 oct. de \$773 y GNC en EDS Eyzaguirre de \$539, para un vehículo que recorra 6.250 km/mes con un rendimiento en gasolina 10 km/lt y GNC 11,1 km/m3. \$90.000 en cupones de descuento de Gas Vehicular canjeable en EDS AutoGasco. Promoción sólo aplica para conversiones a GNC en Región Metropolitana.

**Energía más limpia proporcionada por Autogasco**

La posibilidad de que las empresas y los propios negocios pudieran «convertirse» a un uso energético más económico y sustentable fue parte de la campaña de Autogasco.

Archivo Patrimonial GASCO.

# EN ESTA CARRERA NO VOY SOLO



**TEAM**  
**autoGASCO**

El equipo líder en gas vehicular está contigo.

**800 207 111**

## Publicidad de Autogasco dirigida a flotas comerciales y taxis

La economía, la mayor autonomía, un combustible menos contaminante y el eximirse de las restricciones vehiculares fueron los principales atributos con que se posicionó año a año al gas vehicular en el mercado de taxis, colectivos y flotas comerciales.

Archivo Patrimonial GASCO.



¡LA MEJOR COBERTURA PARA CARGAR GAS LICUADO DE PETRÓLEO DONDE TE ENCUENTRES!

- III COPIAPO Ruta 5 Longitudinal Norte
- IV LA SERENA Balmaceda 3850
- V EL BELLOTO Baden Powell 450  
LIMACHE El Molino 936  
SAN FELIPE Merced 20
- RM ESTACIÓN CENTRAL Erasmo Escala 2612  
LA FLORIDA Julio César 1871  
PENALOÉN Av. Departamental 2769  
SAN MIGUEL Sebastopol 592  
COLINA Av. Acorcagua 0789  
LA PINTANA Lo Blanco 2631  
EL BOSQUE **PROCESAMIENTO**  
QUILICURA Pasaje Río Caquero 672  
RENCA Apóstol Santiago 1858  
MELIPILLA Silva Chávez 7021  
SAN BERNARDO Bulnes 528
- VI RANCAGUA Membrelier 286-A  
SAN VICENTE DE TAGUA TAGUA La Puntilla paradero 20  
SAN FERNANDO Chiggins 57-A
- VIII CHILLÁN O' Higgins 3250  
LOS ANGELES Longitudinal Sur esq. Gabriela Mistral  
CONCEPCIÓN Camilo Henríquez 936
- X VALDIVIA Pablo Neruda S/N esq. Pasaje 21  
OSORNO Camino Puerto Octay 655  
PUERTO MONTT Panamericana Norte 1015

**AHORRA APROXIMADAMENTE \$100.000 MENSUALES**

Mientras antes lo conviertas a Gas Licuado GLP antes comienzas a ahorrar

Económico ✓  
Limpio ✓  
Seguro ✓

**AHORRA APROXIMADAMENTE \$100.000\* MENSUALES**

Convierte tu auto a Gas Licuado GLP

**GRATIS\***  
Infórmate llamando al **800 800 427**

\*El costo de la conversión de combustible por el cliente es de \$100.000. El costo de la conversión de GLP por el cliente es de \$100.000. El costo de la conversión de GLP por el cliente es de \$100.000. El costo de la conversión de GLP por el cliente es de \$100.000.

**Disfrutarás las nuevas ventajas de tu auto**

- Ahorro de hasta \$1.200.000 anual (\*\*)
- Autonomía de hasta 1.000 kms. en modalidad dual (Gas y Benína).
- Fácil y cómodo abastecimiento de Gas Licuado.

**Amigable con el medio ambiente**

- Combustible de alta pureza: Propano HD5
- Libre de Restricción Vehicular (DS.55/98)
- Libre de Restricción de Ingreso al perímetro de Santiago.

**¿Quiénes se pueden convertir al Gas Licuado de Petróleo?**

- Se pueden convertir a GLP los vehículos de transporte público de pasajeros (taxis - colectivos) y vehículos comerciales.
- Certificados por un taller autorizado por el Ministerio de Transporte.
- Vehículos de no más de 5 años de antigüedad en Santiago y 7 años en regiones.

**Autogas amigable con el medio ambiente**

Folleto de difusión de la compañía difundido en 2011 donde se destaca la amplia cobertura del combustible de alta pureza en todo el país.

Archivo Patrimonial GASCO.

**Comerciales de televisión**

A fin de competir con la parafina, en 2010 GASCO GLP introdujo al mercado un cilindro de dos kilos y la línea de estufas Thermax Mini, consiguiendo buena acogida entre los consumidores. Para la publicidad se recurrió a un trío de figuras televisivas que ofrecían «calor más conveniente y más limpio».

Archivo Patrimonial GASCO.



**Otras campañas con rostros televisivos**

«Mejor energía para todos» fue el eslogan publicitario de 2013. La campaña de invierno apuntaba a mostrar las cosas buenas de la temporada de frío e incorporó tres comerciales con figuras televisivas. Ese año las llamitas también se difundieron en el Facebook de Gasco y en medios impresos. Archivo Patrimonial GASCO.



## ¡ESTRENAMOS NUEVO SLOGAN!

Les presentamos el nuevo slogan que acompañará nuestras comunicaciones y que nos ayudará a reforzar los grandes atributos del gas licuado GASCO:

- Combustible más limpio.
- Mayor seguridad en su manipulación.
- Múltiples formatos y a un precio conveniente.
- Distribución a domicilio en todo Chile.
- Combinable con otras energías.
- Industria con el mejor servicio, entre otros.

Ya lo sabes, desde hoy Gasco es mejor energía para todos!



### Nuevo eslogan

Esta frase continuó siendo el énfasis publicitario en 2014 a través de varios hits adaptados.

Archivo Patrimonial GASCO.





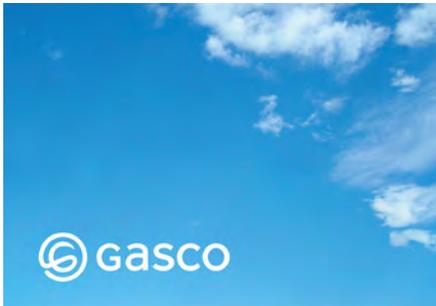
**El calor de GASCO a regiones**  
«GASCO, mejor calor para tu familia. Traer calorcito como el de la mamá para que nunca se acabe el cariño, el regaloneo y la dedicación que nos reúnen cada día», es la apelación de la marca en 2015, por medio de la presentación de una familia chilena tipo de regiones.  
Archivo Patrimonial GASCO.

 EMPRESAS Gasco

 Gasco

### Nueva arquitectura marcaría

En línea con el plan para convertir a GASCO en una empresa de soluciones energéticas sustentables y desmarcarla de la imagen de comercializadora del *commodity gas*, renovó el logotipo y diseñó una nueva estructura marcaría, adecuada al cuarto cambio de razón social de su historia: esta vez cambia de GASCO S.A. a EMPRESAS GASCO S.A. Archivo Patrimonial GASCO.





Gasco GLP es hoy la solución más conveniente y segura en la instalación de redes de gas para tus proyectos inmobiliarios.

**CUANDO CONFÍAS TUS PROYECTOS A GASCO CUENTAS CON:**

- Soluciones energéticas innovadoras y eficientes al costo de tus proyectos.
- Servicio de emergencia y mantenimiento las 24 hrs.
- Combustible de máxima pureza (empaque HD-32) que genera bajas emisiones.
- Estampos subterráneos que facilitan el diseño arquitectónico de los proyectos.
- Control del consumo de gas, por medio de una cuenta mensual por vivienda en base al consumo del mes indicado por medidores certificados ante la SEC.
- Suministro gasificado y continuo, que cuenta con un Terminal propio de recepción de GLP y una flota de distribución que entrega un servicio que cumple con los más altos estándares.

¿Hablemos?

Pedidos Gas Natural	800 530 53 53
Línea celular	5300
Servicio al Cliente	600 822 22 22
Email	empresas@gasco.cl
Emergencia	600 600 77 99

**Gasco**



**Diversos formatos de aplicación de la nueva marca**

Identificador gráfico de GASCO utilizado en un banner de la página web de la compañía, en un folleto impreso y en WhatsApp. Archivo Patrimonial GASCO.

# AHORRA TIEMPO USANDO gasconnect



**gasconnect**

**LA MEJOR FORMA DE PEDIR GAS**

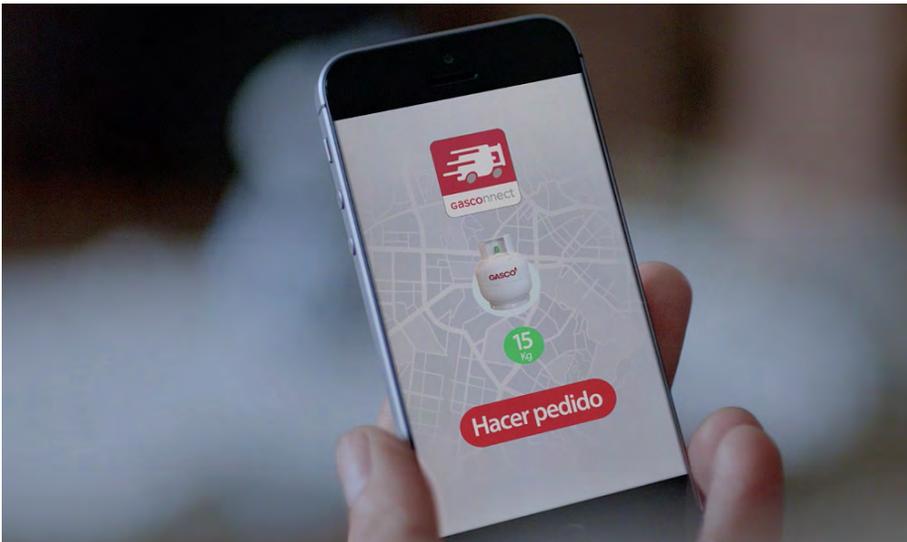
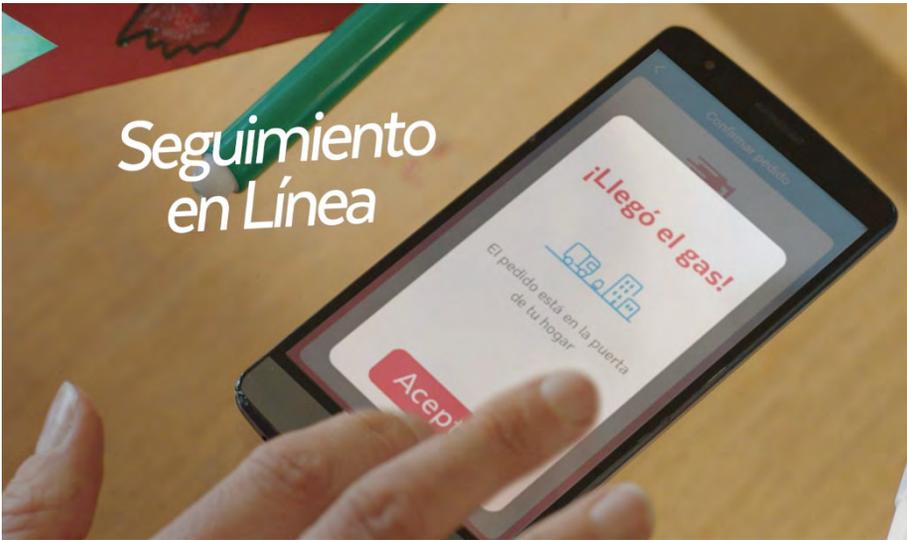
- UBICA EL CAMIÓN MÁS CERCANO
- MUESTRA DÓNDE Y A QUÉ HORA LLEGA TU PEDIDO




## Gasconnect, la nueva forma de vender gas

Con el lanzamiento en 2017 de Gasconnect -modelo de optimización logística que permite reducir el tiempo de entrega de los cilindros a través de una aplicación para el teléfono móvil-, la publicidad de ese año se volcó a mostrar las funcionalidades de esta nueva herramienta que conecta la demanda con el camión más cercano. Archivo Patrimonial GASCO.





gasconnect

Identificador gráfico de Gasconnect y publicidad de seguimiento en línea del servicio donde la telefonía móvil cobra protagonismo en la nueva forma de interactuar con el público consumidor. Archivo Patrimonial GASCO.



## LA SOLUCIÓN QUE BUSCAS, CON EL SERVICIO QUE TU EMPRESA NECESITA

**SOLUCIONES ENERGÉTICAS**

164 años desarrollando soluciones energéticas que harán más eficiente y sostenible tu operación.

- Energía en base a GLP
  - Calefacción industrial
  - Calentamiento de hornos y calderas
  - Motores
- Energía Térmica
  - Agua caliente y vapor
- Energía Distribuida
  - Solar Fotovoltaica

Conoce más: [solucionesenergeticas.gasco.cl](http://solucionesenergeticas.gasco.cl)

**Si hay energía hay soluciones**

## LA SOLUCIÓN QUE BUSCAS, CON LA EXPERIENCIA QUE TU EMPRESA NECESITA

**SOLUCIONES ENERGÉTICAS**

164 años desarrollando soluciones energéticas innovadoras que aportan a la sostenibilidad de tu negocio.

- Energía en base a GLP
  - Calefacción industrial
  - Calentamiento de hornos y calderas
  - Motores
- Energía Térmica
  - Agua caliente y vapor
- Energía Distribuida
  - Solar Fotovoltaica

Conoce más: [solucionesenergeticas.gasco.cl](http://solucionesenergeticas.gasco.cl)

**Si hay energía hay soluciones**

## LA SOLUCIÓN QUE BUSCAS, CON LA EFICIENCIA QUE TU EMPRESA NECESITA

**SOLUCIONES ENERGÉTICAS**

164 años desarrollando soluciones energéticas, mejorando el control de costos, continuidad operacional y cuidado del medio ambiente.

- Energía en base a GLP
  - Calefacción industrial
  - Calentamiento de hornos y calderas
  - Motores
- Energía Térmica
  - Agua caliente y vapor
- Energía Distribuida
  - Solar Fotovoltaica

Conoce más: [solucionesenergeticas.gasco.cl](http://solucionesenergeticas.gasco.cl)

**Si hay energía hay soluciones**

La campaña de 2020 se centró en destacar los atributos de la compañía: 164 años de experiencia, probada eficiencia, servicio de excelencia y en ofrecer todas sus soluciones agrupadas en las ideas fuerza: «Gasco energía que transforma» y «Si hay energía hay soluciones».

Archivo Patrimonial GASCO.

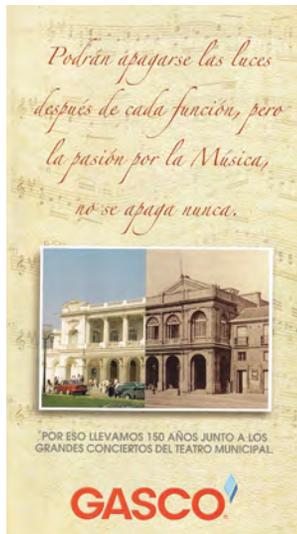
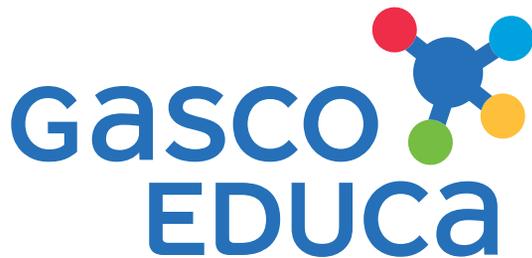


**La estrategia de las marcas de Empresas GASCO en Colombia**

Empresas GASCO ingresó en 2010 al mercado de la distribución de gas licuado en Colombia. La publicidad de sus marcas, Unigas y Vidagas, mantuvo la misma línea que se estaba utilizando en Chile.

Archivo Patrimonial GASCO.





### Empresas GASCO y su aporte a la cultura, la educación y el patrimonio

Con la llegada del nuevo milenio, en el primer piso de su histórica casa matriz -recién restaurada e intervenida como un proyecto arquitectónico de gran valor- abrió sus puertas la Sala GASCO Arte Contemporáneo, creada con la idea de difundir obras de artistas contemporáneo. En dos espacios de gran prestancia y atractivas vitrinas ubicadas a la entrada de Santo Domingo 1061, invita al transeúnte habitual a observar desde fuera o a visitar las exposiciones, causando un enorme impacto en la actividad cotidiana del centro de la capital. En 2002 se obtuvo la personería jurídica de la Fundación GASCO con la misión de contribuir al desarrollo cultural, educacional y social del país. Consolidando la política de responsabilidad corporativa, en 2008 se inauguró el Centro de Extensión GascoEduca, también al interior de la casa matriz, destinado a educar a escolares y a la comunidad sobre las ventajas del gas como recurso energético y promover un uso eficiente de todas las fuentes de energía. A lo largo de su historia la compañía ha apoyado distintos proyectos culturales en el país con alianzas estratégicas de largo aliento con entidades como el Teatro Municipal de Santiago, el Teatro del Lago y recientemente con Radio Beethoven, para la difusión de música clásica. Archivo Patrimonial GASCO.

## NOCHES DE BOSSA NOVA

**ENSAMBLE TEATRO DEL LAGO & MÚSICOS INVITADOS**

Nicolás Faunes, voz, flauta y guitarra  
 Luis Damián Ortiz, violín  
 Sara Marigómez, viola  
 Pablo Silva, violonchelo  
 Daniela Conejero, voz y percusión  
 Raúl Céspedes, guitarra, arreglos y dirección musical  
 Milton Russell, contrabajo  
 Luis Barreto, batería  
 Max Zegers, piano

**15 · 16 ENE | 20H**

---

**MAIN PARTNERS**

TRANSOCEÁNICA FUNDACIÓN MUSTAKIS IBÁÑEZ ATKINSON CIRCULO MUNDIAL DE AMBROS

**PARTNERS**

BANCO BICE ESCUELA GASCO

**COLABORAN**

LATAM AIRLINES WINDMILL ESSA! PUYEHUE

**MEDIA PARTNERS**

EL MERCURIO EL LLANQUIHUE CARAS TVN Patagon Journal

**BUTACAS EDUCATIVAS**

Gracias a la colaboración de las empresas Galilea s.a., Los Fiordos y Frigoso S.A., podemos seguir entregando entradas liberadas de costo a colegios y organizaciones sociales.

**SÚMATE...**  
amigos@teatrodellago.cl

www.teatrodellago.cl | Av. Philippi 1000, Frutillar, Chile | 65 2422 900 | boleteria@teatrodellago.cl

TEATRO DEL LAGO  
FRUTILLAR - CHILE

**CONCIERTO DE FIN DE AÑO**  
**UN VIAJE POR EL TIEMPO**

Ensamble Teatro del Lago  
Bruce Levingston, pianista (Estados Unidos)



**30 DIC 2017 | 19H**

SIGUENOS [Facebook] [Instagram] [Twitter] @TEATRODELAGO | #EXPERIENCIATDL



El lago comienza a escuchar  
el futuro de nuestra música.



Los niños y su talento  
merecen todo nuestro  
apoyo.

**ANEXO****Empresas filiales y coligadas históricas****1956**

Comercial Gasco Ltda



Soquina



Indugas

**1981**GASCO Magallanes<sup>1</sup>**1986**Cementos Polpaico S.A.<sup>2</sup>**1989**GasSur S.A.<sup>3</sup>**1992**

Gases y Graneles Líquidos S.A. (Gasmar)



Gasnor S.A.



Gasmarket S.A.

**1992**

METROGAS S.A.

**1999**

GASCO Norte S.A.



GASCO Sur S.A.

Gasoducto del Pacífico S.A.<sup>4</sup>Innergy Holding S.A.<sup>5</sup>**2000**Manquehue Net S.A.<sup>6</sup>**2001**

Sala Gasco Arte Contemporáneo

Autogasco S.A.<sup>7</sup>

1. Se inicia la distribución de gas natural y gas licuado en la región de Magallanes.

2. La compañía adquiere el 40,88% de la propiedad. El 2010 fue vendida su participación.

3. La compañía se adjudica en licitación pública los activos de la Compañía de Gas de Concepción S.A. y da inicio a la distribución de gas licuado entre las regiones del Biobío y Los Lagos.

4. La compañía participa con un 20% y el año 2009 sube a un 30%. El 2014 alcanza el 60% de la propiedad.

5. La compañía adquiere el 30% de la propiedad y el año 2014 alcanza el 60% de la propiedad.

6. Filial de METROGAS S.A. con el 25,54%

7. El 2001 la compañía firmó una alianza con AG Autogas Systems para la conversión.

<b>2002</b> Fundación GASCO	
<b>2006</b> Gazel S.A.	
<b>2007</b> GNL Quintero <sup>8</sup>	
<b>2008</b> Centro de Extensión GascoEduca	
<b>2009</b> Movigas <sup>9</sup>	
<b>2010</b> Autogasco S.A. <sup>10</sup>	
Vidagas <sup>11</sup>	
<b>2011</b> Unigas Colombia S.A. E.S.P. <sup>12</sup>	
<b>2012</b> Montagas S.A. E.S.P. <sup>13</sup>	
<b>2016</b> Innovación Energía S.A. <sup>14</sup>	
<b>2017</b> Terminal Gas Caldera S.A. <sup>14</sup>	
<b>2018</b> GASCO Luz	
<b>2019</b> Copiapó Energía Solar	
<b>2020</b> GASCO Inversiones S.A.	

8. Consorcio formado por BG Group, Enap, Endesa y METROGAS S.A. que participa con el 33,33% en GNL Chile S.A. y 20% en GNL Quintero S.A.

9. Por medio de la sociedad Transportes e Inversiones Magallanes S.A.

10. La compañía alcanza el 100% de la propiedad que antes estaba repartida con Terpel S.A.

11. La compañía adquiere el 70% de la empresa y el 2018 se queda con el 100% de la propiedad.

12. La compañía adquiere el 70% de la empresa, así como los activos Portagas y Durán. El 2017 adquiere el 30% alcanzando el 100% de la propiedad.

13. La compañía adquiere el 33% de la empresa.

14. Empresa constituida en partes iguales con Energía Latina S.A.

